



UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

ESCUELA DE ECONOMIA

TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE ECONOMISTA

**TEMA: "PROYECTO DE RUTA TURISTICA DE LOS PAISAJES EN SAN
PABLO DE LAGO"**

AUTORAS:

ANA BELÉN CHICAIZA SANGUANO

MARÍA PAULA MÉNDEZ CADENA

DIRECTOR:

ECON. CARLOS GARRIDO MAFLA

QUITO, 2.012

DEDICATORIA

Esta tesis va dedicada especialmente a Fernando que fue el apoyo diario que recibí en toda la carrera cuyos consejos y amor me ayudaron a no desfallecer en momentos cruciales de mi vida, a mis amados tesoros Nathaly e Isaías que son el mejor regalo que la vida me ha proporcionado cuyas sonrisas alegran cada mañana de mi vida.

Dedico también a mi amada abuelita Declesia que siempre que pudo fue una guía y ejemplo de amor y paciencia con todas las personas que me rodean, fiel consejera siempre buscando lo mejor para mi vida y la de mi familia.

La vida se pasa en un segundo pero la familia y los recuerdos que quedan de ella perduran para siempre.

Autora: María Paula Méndez

DEDICATORIA

A mi Señor por haberme brindado sabiduría, fortaleza, entendimiento y amor en cada paso y poder culminar con éxito esta etapa de mi vida.

A mis amados padres Segundo Chicaiza y María Sanguano, quienes son mi pilar fundamental y apoyo absoluto, gracias por todos los consejos, cuidados, sacrificios, por enseñarme el camino del bien, pero sobre todo por dejarme volar sin cortar mis alas, son mi mayor bendición.

A mi adorado esposo Javier, quien con su paciencia e infinito amor ha sido, es y será la luz de mi camino, mi amigo incondicional y la razón de seguir adelante en todos los proyectos venideros tanto profesional como personalmente.

A mis queridas hermanas y sobrinas Verónica, Estefanía, Majito e Isa, gracias por sus palabras de aliento en los momentos difíciles, por el sin número de sonrisas, por los abrazos desinteresados y por una vida llena de alegrías, las amo mucho.

ANA BELÉN CHICAIZA SANGUANO

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento profundo es a Jehová quien me ha dado la vida y el entendimiento para realizar las diversas tareas diarias de mi vida y ha sido mi fortaleza para continuar pese a las duras trabas que he tenido en la misma.

A mis amados padres Wilson y Marina que siempre han estado en todo momento difícil de mi vida y con su amor han constituido una guía para elegir las mejores decisiones de mi vida.

A mí querido hermano que supo darse el tiempo necesario para inculcarme un poco de sus conocimientos y profesionalismo siendo un apoyo clave para la elaboración de la tesis.

A mí querida Facultad por brindarme el apoyo para iniciar mi carrera y acertar con profesores que fueron bases fundamentales para culminar mi carrera con éxito.

Muy agradecida con el Doctor Héctor Poma secretario Abogado de la Facultad por su apoyo para empezar con la realización de mi tesis, un agradecimiento especial al Economista Carlos Garrido por su incondicional labor y profesionalismo que le dio a este trabajo.

A los funcionarios de la Junta Parroquial que se dieron el tiempo para atendernos y facilitarnos la información respectiva para la elaboración del tema propuesto.

A mí querida compañera por la dedicación y el tiempo que le dio a la elaboración de esta tesis.

Autora: María Paula Méndez

AGRADECIMIENTO

A la prestigiosa Universidad Central del Ecuador y mi querida Facultad de Ciencias Económicas – Escuela de Economía, así como a sus excelentes docentes que me han brindado la oportunidad de formarme como profesional.

A mi director de tesis, Economista Carlos Garrido Mafla quien con su valioso conocimiento y amplia experiencia me ha guiado en la elaboración y culminación de este gran sueño.

A las autoridades de San Pablo de Lago de manera especial al Sr. Fausto Proaño Presidente de la Junta Parroquial, por su apoyo y colaboración en la realización del Proyecto de Ruta Turística “Los Paisajes”.

A mi estimada compañera María Paula, con quien he compartido logros y desaciertos a lo largo de este camino, así como también a los grandes amigos que he cultivado en mi vida universitaria gracias: Marce, Marlon, Mabe, Kary, Francisco, Ángel, Alex y un sin número más de personas importantes con las que estoy segura que siempre podré contar.

ANA BELÉN CHICAIZA SANGUANO

AUTORIZACION DE LA AUTORIA INTELECTUAL

Yo, Ana Belén Chicaiza Sanguano, en calidad de autora de la tesis realizada sobre el “PROYECTO DE RUTA TURÍSTICA DE LOS PAISAJES EN SAN PABLO DE LAGO”, por la presente autorizo a la UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o de parte de los que contienen esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación.

Los derechos que como autora me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8; 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.

Quito, a 30 de abril del 2012

ANA BELÉN CHICAIZA SANGUANO
C.C: 171868763-3
anabel19_26@hotmail.com

AUTORIZACION DE LA AUTORIA INTELECTUAL

Yo, María Paula Méndez Cadena, en calidad de autora de la tesis realizada sobre el “PROYECTO DE RUTA TURÍSTICA DE LOS PAISAJES EN SAN PABLO DE LAGO”, por la presente autorizo a la UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o de parte de los que contienen esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación.

Los derechos que como autora me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8; 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.

Quito, a 30 de abril del 2012

MARÍA PAULA MÉNDEZ CADENA

C.C: 171975115-6

vero_men1@hotmail.com

Quito, 26 de abril del 2012

Señor Economista

Marco Posso Zumárraga

DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Presente.-

Señor Decano:

Para los fines pertinentes dígnese encontrar adjunto el **informe de culminación** de Tesis de Grado Intitulado "PROYECTO DE RUTA TURISTICA DE LOS PAISAJES EN SAN PABLO DE LAGO", presentado por las señoritas egresadas Ana Belén Chicaiza Sanguano y María Paula Méndez Cadena, previo a la obtención del Título de Economista.

Atentamente,



Econ. Carlos Garrido Mafla

Profesor

pag. D
Grat


30 ABR 2012



UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

Tel. 523211 – 529129 – 521641

Apartado 1088 Quito - Ecuador

DEPARTAMENTO DE TESIS

CALIFICACION DE GRADO

TITULO DE LA TESIS

"PROYECTO DE RUTA TURISTICA DE LOS PAISAJES EN SAN PABLO DE LAGO"

EGRESADAS

ANA BELEN CHICAIZA SANGUANO Y MARIA PAULA MENDEZ CADENA

CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS

Se cumplen los objetivos en la presente investigación; se determina la factibilidad y sostenibilidad de la implementación de una ruta turística en términos sociales y financieros, se hace un análisis de oferta y demanda, se establece la rentabilidad de dicha ruta la que permitirá mejorar los ingresos de la comunidad de San Pablo de Lago.

DEMOSTRACION DE HIPOTESIS

La investigación y análisis realizados permiten demostrar las hipótesis formuladas. Se demuestra la existencia de una demanda turística, el análisis de marketing garantiza la sostenibilidad de la demanda; además, el estudio determina una rentabilidad respecto del proyecto de ruta turística.

METODOLOGIA Y VARIABLES UTILIZADAS

La metodología y variables utilizadas son coherentes con el problema de investigación.

CONCORDANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES CON EL RESULTADO DE LA INVESTIGACION

Las conclusiones recogen aspectos sobresalientes del estudio realizado, las recomendaciones resaltan personas y organismos responsables para la ejecución del proyecto; por lo tanto, guardan concordancia con el resultado de la investigación.

NOTA: 10 (Diez)

RECOMIENDA LA PUBLICACION DE LA TESIS

SI ☒ NO

RAZON DE LA PUBLICACION: El presente trabajo constituye un aporte para el desarrollo turístico de la Parroquia San Pablo de Lago.

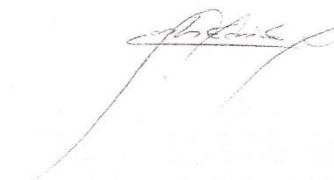
DEPARTAMENTO DE TESIS: APRUEBA LA PUBLICACION

SI ☐ NO

PROFESOR Eco. Carlos Garrido M.

FIRMA

FECHA Quito, 25 de junio de 2012





UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Telf. 2523211 - 2529129 - 2229358 - Apartado 1088 Quito - Ecuador

DEPARTAMENTO DE TESIS

CALIFICACION DE TESIS DE GRADO

TITULO DE LA TESIS Proyecto de Ruta Turística de los Paisajes en San
Pablo de Xago

EGRESADOS :

Ana Belén Chicaiza Sangonero
María Paula Méndez Radena

CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS

La tesis hace un interesante planteamiento al proponer incorporar a la actividad económica de la comunidad y de la junta parroquial de San Pablo de Xago la actividad turística como alternativa para generar ingresos y mejorar las condiciones de vida de la población con la propuesta de Ruta Turística de los paisajes de esta comunidad.
En el análisis de la oferta y la demanda de atractivos turísticos y el estudio de la necesidad, se determina la viabilidad de la propuesta de ruta turística por el interés y participación de la comunidad parroquial para lograr el objetivo de sustentabilidad al proyecto mediante estrategias de marketing publicitario en el visitante turístico al país.

DEMOSTRACION DE HIPOTESIS

El estudio es concluyente, efectivamente, existe una demanda que daría sostenibilidad al proyecto de la ruta turística de los paisajes.
La rentabilidad del proyecto es un asunto pendiente y motivante para el emprendimiento turístico que se ha propuesto crear una actividad alternativa con perspectiva de éxito en la zona.
Además, la comunidad encuentra una actividad alternativa que provoca un fortalecimiento de la capacidad económica de la actividad turística y de otras que son coadyuvantes para lograr la sostenibilidad en el tiempo del proyecto.

METODOLOGÍA Y VARIABLES UTILIZADAS

Qualis: Inductivo - Deductivo

- Patrimonio material
- Patrimonio cultural tangible e intangible
- Establecimientos de alojamiento, gastronómicos
- Oferta turística
- Demanda turística
- Población general
- Población turística
- Marketing

CONCORDANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES CON EL RESULTADO DE LA INVESTIGACION

Es una interesante propuesta para zonas que buscan mejorar las condiciones de vida de su población ante situaciones que limitan un desarrollo turístico de desarrollo sostenido con amplia participación de los pueblos.

Es un estudio que se proyecta a la acción política local para establecer sistemas que tiendan a garantizar el desarrollo humano (en condiciones equitativas) en armonía con los recursos naturales que sobreviven por siglos.

NOTA:

10/10 puntos

RECOMIENDA LA PUBLICACION DE ESTA TESIS

SI

NO

RAZON DE LA PUBLICACION

DEPARTAMENTO DE TESIS: APRUEBA LA PUBLICACION

SI

NO

PROFESOR: Dr. Luis Romo Arellano

FIRMA:

FECHA:

Quito, 5 de junio de 2012

DEPARTAMENTO DE TESIS.
CALIFICACIÓN TESIS DE GRADO.

ESCUELA DE: ECONOMÍA

TÍTULO DE LA TESIS: "PROYECTO DE RUTA TURÍSTICA DE LOS PAISAJES EN SAN PABLO DE LAGO"

EGRESADAS: ANA BELÉN CHICAIZA SANGUANO
MARÍA PAULA MÉNDEZ CADENA

CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS:

Los objetivos planteados inicialmente por las autoras guardan la coherencia necesaria con el tema central materia de preocupación, mismos que van siendo desarrollados en cada uno de los capítulos de la tesis y desembocar en la formulación de una Ruta Turística que abarca los paisajes de la Parroquia de San Pablo de Lago y que consta en el capítulo IV de la investigación. Del análisis de este acápite se observa los contenidos de dicha propuesta turística, que hace relación a la cobertura y localización, la factibilidad, entidad ejecutora (la Junta Parroquial), identificación del problema (El turismo como alternativa económica para el desarrollo sostenible local), señalización de la ruta y los posibles beneficiarios. A lo anterior, que engloba el análisis del espacio turístico (oferta y demanda turística), se realiza un estudio económico-financiero que permite verificar los resultados del proyecto con una inversión inicial es de \$3.823,50; y concluir con un análisis de la estructura financiera expresada por el balance proyectado. Se puntualiza en el costo-beneficio, recuperación de la inversión y en el análisis de la sensibilidad del proyecto, cuyo impacto se ve reflejado en las diversas variables de rentabilidad. Un aspecto a desatar es que, el plan de inversiones y el financiamiento, alianzas estratégicas, análisis beneficio/costo y estimación de beneficios esta asociado a la orientación empresarial. Previo a esta propuesta turística, se realiza un diagnóstico situacional muy apretado de la Parroquia desde una visión social, económica, ambiental y organizacional de la misma. En el capítulo III se desarrolla el estudio de mercado, logrando establecer la oferta y demanda turística de la parroquia de San Pablo de Lago, resaltando los atractivos naturales, culturales, alojamiento, establecimientos gastronómicos, equipamientos, accesibilidad, entre otros; por el lado de la demanda resalta el perfil y nacionalidad del turista y motivaciones turísticas; lo cual sirve de base para elaborar la propuesta de la ruta turística, constituyéndose en el aporte de las egresadas. Lo dicho constituye parte de los objetivos específicos que son demostrados en forma aceptable.

DEMOSTRACIÓN DE HIPÓTESIS.

Las hipótesis planteadas, que están relacionadas con cada uno de los objetivos, son demostradas muy generalmente sobre la base de la información empírica acopiada mediante un esquema metodológico establecido por parte de las autoras de la tesis. Sin embargo, la cuarta hipótesis no es demostrada, pues plantearse como supuesto que la propuesta de la Ruta Turística "Provoca un mejoramiento en los ingresos de la

comunidad del área de influencia de la ruta" no consta en ninguna parte de la tesis, pues la investigación no llega al nivel de ejecución del mencionado proyecto, solo queda en la elaboración de la propuesta por tanto no se demuestra dicha hipótesis. Esta observación tendrá que ser sustentada por las autoras en la defensa oral.

METODOLOGÍA Y VARIABLES UTILIZADAS.

La metodología y variables utilizadas son las apropiadas para este tipo de investigaciones; cuya base de sustentación teórica es la microeconomía, el análisis financiero y la planificación estratégica. Así pues, el Proyecto de "Ruta Turística de los Paisajes en San Pablo de Lago" tiene en la línea base y la técnica FODA los sustentos del proyecto; además, esta asociado al método deductivo, pues las generalidades (diagnóstico de la zona) permiten llegar a las particularidades cuando se analiza la oferta / demanda turísticas, se identifican las líneas de acción, supuestos y la propuesta respectiva. Emplean vasta información bibliográfica y aplican una encuesta para cuantificar temas relacionados a la demanda turística. Utilizan variables e indicadores relacionados con la oferta y demanda turística; presupuesto, inversiones, e indicadores para la evaluación económica/financiera (TIR, VAN, costo-beneficio), entre otros, mismos que son tabulados en cuadros y gráficos para su análisis descriptivo. Incorporan anexos relacionados con los ingresos /costos estimados; presupuesto estimados, formulario de encuesta; cálculo de la demanda potencial, entre otros.

CONCORDANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES CON EL RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN.

Las conclusiones y recomendaciones guardan concordancia con los resultados de la investigación, que giran en la propuesta de la ruta de 11 paisajes turísticos seleccionados en San Pablo de Lago. Sin embargo, en la defensa oral, las autoras de la tesis deberán sustentar teóricamente y en la práctica cada una de ellas. Principalmente en lo que tiene que ver con el planteamiento de la alianza estratégica con los empresarios hoteleros, cabañas, hosterías y gastronómicos de la zona a fin de socializar y/o democratizar las ganancias por los servicios prestados mediante la venta y promoción de los paquetes turísticos, cuando se vive una economía de mercado competitiva. Si bien el cálculo técnico del costo-beneficio es mayor que uno ($2.65 > 1$) no garantiza su recuperación por cada dólar invertido, pues las crisis cíclicas constituyen problemas que en los respectivos cálculos no lo consideran variables asociadas a ellas, ya que las dificultades de la parroquia están asociados a los problemas estructurales que presenta el sistema de relaciones de producción vigente en el País y de los países de origen de los turistas. Además, se tendrá que precisar las fuentes de financiamiento del proyecto para su ejecución y sostenimiento en el tiempo; así cómo se elaboró los paquetes turísticos.

NOTA: OCHO (8)

RECOMIENDA LA PUBLICACIÓN DE LA ESTA TESIS
RAZON DE LA PUBLICACIÓN.

SI NO X

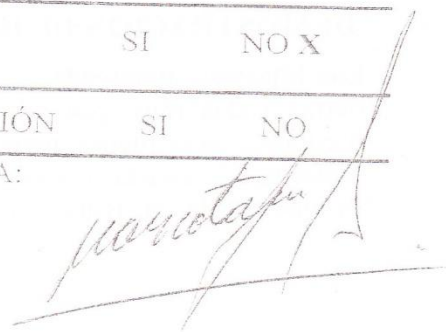
DEPARTAMENTO DE TESIS: A PRUEBA LA PUBLICACIÓN

SI NO

PROFESOR: MARCO TAFUR S.

FIRMA:

Quito, 14 de junio 2012



INDICE GENERAL

CAPITULO I

PLAN DE TESIS

CONTENIDO	PÁGINAS
1. Antecedentes.....	1
2. Justificación.....	4
3. Delimitación del Problema.....	5
3.1 Delimitación Tema.....	5
3.2 Delimitación territorio.....	6
3.3 Delimitación Tiempo.....	7
3.4 Unidad de Análisis.....	7
4. Problema de Investigación.....	7
5. Hipótesis.....	7
6. Variables e Indicadores.....	8
7. Objetivos.....	14
7.1 Objetivo General.....	14
7.2 Objetivos Específicos.....	14
8 Marco Teórico.....	14
9 Marco Metodológico.....	22
10 Cronograma.....	22
11 Plan Analítico.....	23

CAPITULO II

DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIONAL DE LA PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO

CONTENIDO	PÁGINAS
2.1. Diagnóstico Situacional.....	28
2.1.1. Aspecto Social	28
2.1.1.1. Límites.....	29
2.1.1.2. Características de la Población	30
2.1.1.3. Condiciones Sociales.....	32
2.1.1.3.1 Educación.....	32
2.1.1.3.2 Analfabetismo.....	32
2.1.1.3.3 Instituciones Educativas.....	32
2.1.1.3.3.1 Salud.....	33
2.1.1.3.4 Vivienda.....	34
2.1.1.3.5 Seguridad.....	36
2.1.1.3.6 Transporte.....	36
2.1.2 Aspecto Económico.....	36
2.1.2.1. PEA.....	36
2.1.3. Aspecto Ambiental.....	37
2.1.3.1 Clima.....	37
2.1.3.2 Hidrografía	37
2.1.3.3 Flora	38
2.1.3.4 Fauna.....	38
2.1.4. Aspecto Organizacional.....	38
2.1.4.1 Conformación de la Junta parroquial.....	38

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

CONTENIDO	PÁGINAS
3.1 Objetivos.....	42
3.1.1 Objetivo General.....	42
3.1.2 Objetivos Específicos.....	42
3.2. Análisis de Mercado.....	42
3.2.1 Situación de la Oferta	44
3.2.1.1. Atractivos.....	45
3.2.1.1.1. Atractivos Naturales.....	46
3.2.1.1.1.1 Rinconada de Cusín.....	46
3.2.1.1.1.2 Cerro Cusín.....	47
3.2.1.1.1.3 Culebra Rummy.....	47
3.2.1.1.1.4 Vertiente Ojo del Quinde.....	47
3.2.1.1.1.5 Lago San Pablo.....	48
3.2.1.1.1.6 Parque Cóndor.....	49
3.2.1.1.2 Atractivos Culturales.....	49
3.2.1.1.2.1 Iglesia Matriz.....	49
3.2.1.1.2.2 Capilla de Lourdes.....	50
3.2.1.1.2.3 Los personajes.....	50
3.2.1.1.2.4 Fiestas.....	50
3.2.1.2. Facilidades.....	52
3.2.1.2.1 Establecimientos de Alojamiento.....	52
3.2.1.2.1.1 Hostería Puerto Lago.....	53
3.2.1.2.1.2 Hostería Hacienda Cusín.....	55
3.2.1.2.1.3 Hostería Cabañas del Lago.....	62
3.2.1.2.2 Establecimientos Gastronómicos.....	65
3.2.1.2.2.1 Restaurante Puerto Lago.....	65
3.2.1.2.2.2 Restaurante Cusín.....	65

3.2.1.2.2.3 Restaurante Cabañas del Lago.....	66
3.2.1.2.3 Equipamiento.....	66
3.2.1.2.3.1 Sucursales bancarias.....	66
3.2.1.2.3.2 Instituciones de transferencia de dinero.....	67
3.2.1.2.3.3 Puntos de Auxilio.....	67
3.2.1.2.4 Servicios de Comunicación.....	67
3.2.1.2.4.1 Áreas de Recreación.....	68
3.2.1.3 Accesibilidad.....	69
3.2.1.3.1 Vías.....	69
3.2.1.3.2 Transporte.....	70
3.2.1.3.3 Señalización.....	71
3.2.1.4. Oferta de Servicios Complementarios.....	72
3.2.1.4.1. Operadora de turismo.....	71
3.2.2 Demanda Turística.....	72
3.2.2.1 Perfil del Turista.....	72
3.2.2.1.1 Perfil del Turista Nacional.....	74
3.2.2.1.2 Perfil del Turista Extranjero.....	74
3.2.2.2 Motivaciones Turísticas.....	74
3.2.2.2.1 Motivación Recreativa.....	74
3.2.2.2.2 Motivación Cultural.....	75
3.2.2.2.3 Motivación Profesional.....	75
3.2.2.3 Demanda Turística Internacional.....	75
3.2.2.4 Demanda Turística Nacional.....	79
3.2.2.4.1 Diagnóstico General del turismo en Ecuador.....	79
3.2.2.4.2 Análisis de la Demanda del DMQ.....	81
3.2.2.4.3 Análisis de la Demanda Interna de la Ruta.....	82
3.2.3 Tabulación y Análisis de la encuesta	84
3.2.3.1 Análisis de la encuesta	86

CAPITULO IV

PROPUESTA DEL PROYECTO DE RUTA TURÍSTICA DE “LOS PAISAJES” **EN LA PARROQUIA SAN PABLO DE LAGO, CANTÓN OTAVALO,** **PROVINCIA DE IMBABURA**

CONTENIDO	PÁGINAS
4.1. Diseño de la Propuesta.....	119
4.2. Misión.....	119
4.3. Visión.....	119
4.4. Análisis FODA.....	120
4.4.1. Metodología para la elaboración del FODA.....	120
4.4.1.1. Fortalezas.....	120
4.4.1.2. Oportunidades.....	120
4.4.1.3. Debilidades.....	121
4.4.1.4. Amenazas.....	121
4.5 Matriz FODA.....	121
4.6. Propuesta del Proyecto.....	126
4.6.1 Identificación del Proyecto.....	126
4.6.1.1 Nombre del Proyecto.....	126
4.7 Justificación.....	126
4.8 Estudio Técnico.....	126
4.8.1 Localización del Proyecto.....	126
4.8.1.1 Macro localización del Proyecto.....	127
4.8.1.2 Micro localización del Proyecto.....	128
4.8.2 Tamaño del Proyecto.....	128
4.8.2.1 Factores determinantes del Tamaño.....	129
4.8.2.1.1 Capacidad Instalada.....	129
4.8.2.1.1 Disponibilidad de equipos y recursos.....	129
4.9. Objetivos del Proyecto.....	133
4.9.1. Objetivo General.....	133

4.9.2. Objetivos Específicos.....	133
4.10. Líneas de Acción.....	133
4.11. Metas.....	134
4.12. Actividades.....	134
4.13. Beneficiarios.....	135
4.13.1. Beneficiarios Directos.....	135
4.13.2. Beneficiarios Indirectos.....	136
4.14. Variables de Marketing.....	136
4.14.1 Componentes.....	136
4.14.1.1. Producto.....	137
4.14.1.1.1 Demanda Potencial.....	137
4.14.1.2. Precio.....	138
4.14.1.2.1 Servicio de Guías Turísticos.....	138
4.14.1.2.2 Venta de Mapas.....	139
4.14.1.2.3 Venta de los paquetes.....	139
4.1.4.1.3. Plaza.....	139
4.1.4.1.4. Promoción.....	140
4.1.5. Estimación de Costos.....	157
4.1.5.1. Inversión Inicial.....	157
4.1.6. Inversión Total del proyecto y Financiamiento.....	158
4.1.7. Estado de Pérdidas y Ganancias.....	158
4.1.8. Evaluación Económica y Financiera.....	160
4.1.8.1. Evaluación Económica.....	160
4.1.8.1.1. Valor Actual Neto (V.A.N).....	160
4.1.8.1.2. Tasa Interna de Retorno (T.I.R).....	161
4.1.8.1.3. Relación Beneficio/Costo.....	163
4.1.8.1.4. Periodo de recuperación de la Inversión.....	164
4.1.8.2. Evaluación Financiera.....	164
4.1.8.2.1. Punto de Equilibrio.....	165
4.1.8.2.2. Precio de Equilibrio y Margen de Ganancia....	166
4.1.9. Fuentes de Financiamiento.....	166

CAPITULO V.

CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS, DEMOSTRACIÓN DE HIPÓTESIS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONTENIDO	PÁGINAS
5.1. Cumplimientos de Objetivos.....	168
5.1.1. Cumplimiento del Objetivo General.....	168
5.1.2. Cumplimiento de Objetivos Específicos.....	168
5.2. Demostración de Hipótesis.....	170
5.3. Conclusiones.....	172
5.4. Recomendaciones.....	175
ANEXOS.....	177
BIBLIOGRAFIA.....	218

ÍNDICE DE ANEXOS

CONTENIDO	PÁGINAS
Anexo N° 1	Oficio Junta Parroquial San Pablo..... 177
Anexo N° 2	Formato de la encuesta aplicada 178
Anexo N° 3	Resultados de la encuesta aplicada..... 182
Anexo N° 4	Cuadros Financieros..... 193

ÍNDICE DE CUADROS

CONTENIDO	PÁGINAS
Cuadro Nº 1	Densidad de Crecimiento Poblacional..... 30
Cuadro Nº 2	Composición según edad y sexo..... 31
Cuadro Nº 3	Usuarios registrados por unidad de salud..... 34
Cuadro Nº 4	Tipo de vivienda..... 35
Cuadro Nº 5	PEA San Pablo de Lago..... 37
Cuadro Nº 6	Tendencia de Destinos Turísticos 2020..... 44
Cuadro Nº 7	Tarifa de Hospedaje (Puerto Lago)..... 53
Cuadro Nº 8	Tarifa de Hospedaje (Hacienda Cusín)..... 56
Cuadro Nº 9	Tarifa de Hospedaje (Cabañas del Lago)..... 63
Cuadro Nº 10	Criterios Segmentación de mercados..... 73
Cuadro Nº 11	Llegada de turistas Internacionales..... 76
Cuadro Nº 12	Entrada de Extranjero a Ecuador 77
Cuadro Nº 13	Evolución del turismo receptor..... 78
Cuadro Nº 14	Evolución de arribos en la región andina..... 78
Cuadro Nº 15	Ingreso de turistas por ubicación de entrada..... 79
Cuadro Nº 16	Principales motivaciones..... 80
Cuadro Nº 17	Datos estadísticos DMQ..... 81
Cuadro Nº 18	Destino de preferencia..... 83
Cuadro Nº 19	Preferencias en Otavalo..... 83
Cuadro Nº 20	Cuantos años cumplidos tiene..... 86

Cuadro Nº 21	Género.....	88
Cuadro Nº 22	Lugar de procedencia.....	89
Cuadro Nº 23	País de origen.....	90
Cuadro Nº 24	Nivel de instrucción	91
Cuadro Nº 25	Se encuentra trabajando actualmente.....	92
Cuadro Nº 26	Profesión.....	93
Cuadro Nº 27	Conoce la Parroquia San Pablo de Lago.....	95
Cuadro Nº 28	Cuántas veces ha visitado la Parroquia	96
Cuadro Nº 29	Con qué frecuencia visita la Parroquia.....	97
Cuadro Nº 30	Que tiempo permaneció en la Parroquia.....	98
Cuadro Nº 31	Por qué motivo visitó la Parroquia.....	99
Cuadro Nº 32	Qué fue lo que le gustó en su visita a la Parroquia.	100
Cuadro Nº 33	Qué problemas encontró en su visita a la Parroquia	101
Cuadro Nº 34	A través de qué medios se enteró de la existencia de la Parroquia.....	102
Cuadro Nº 35	Le gusta visitar la Parroquia.....	103
Cuadro Nº 36	Por qué le gustaría visitar nuevamente la Parroquia	104
Cuadro Nº 37	En el último año cuántas veces salió de turismo..	105
Cuadro Nº 38	Cuando viaja por turismo cuánto permanece.....	106
Cuadro Nº 39	Qué tipo de turismo prefiere.....	107
Cuadro Nº 40	Qué atractivos turísticos le gustan.....	108
Cuadro Nº 41	Qué factores considera para salir de turismo.....	109

Cuadro Nº 42	Quando viaja por turismo usted va.....	110
Cuadro Nº 43	Numero de acompañantes.....	111
Cuadro Nº 44	Qué tipo de transporte utiliza.....	112
Cuadro Nº 45	Otros.....	113
Cuadro Nº 46	Qué tipo de comida prefiere.....	114
Cuadro Nº 47	Qué tipo de alojamiento prefiere.....	115
Cuadro Nº 48	Quando viaja por turismo cuánto gasta por día en movilización, hospedaje y otros.....	116
Cuadro Nº 49	Forma de pago.....	117
Cuadro Nº 50	Matriz F.O.D.A.....	122
Cuadro Nº 51	Disponibilidad de equipos.....	130
Cuadro Nº 52	Estimación de la Demanda Potencial.....	138
Cuadro Nº 53	Inversión inicial.....	157
Cuadro Nº 54	Financiamiento.....	158
Cuadro Nº 55	Estado de Pérdidas y Ganancias.....	159
Cuadro Nº 56	Cálculo del V.A.N.....	161
Cuadro Nº 57	Cálculo del T.I.R.....	162
Cuadro Nº 58	Cálculo de la relación Beneficio/Costo.....	163
Cuadro Nº 59	Punto de Equilibrio.....	165
Cuadro Nº 60	Precio de Equilibrio y Margen de Ganancia.....	166

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁGINAS
Gráfico Nº 1	Llegada de turistas internacionales..... 43
Gráfico Nº 2	Cuantos años cumplidos tiene..... 87
Gráfico Nº 3	Género..... 88
Gráfico Nº 4	Lugar de procedencia..... 89
Gráfico Nº 5	País de origen..... 90
Gráfico Nº 6	Nivel de instrucción..... 91
Gráfico Nº 7	Se encuentra trabajando actualmente..... 92
Gráfico Nº 8	Profesión..... 94
Gráfico Nº 9	Conoce la Parroquia San Pablo de Lago..... 95
Gráfico Nº 10	Cuantas veces ha visitado la Parroquia..... 96
Gráfico Nº 11	Con qué frecuencia visita la Parroquia..... 97
Gráfico Nº 12	Que tiempo permaneció en la Parroquia..... 98
Gráfico Nº 13	Por qué motivo visitó la Parroquia..... 99
Gráfico Nº 14	Qué fue lo que le gustó en su visita a la Parroquia 100
Gráfico Nº 15	Qué problemas encontró en su visita a la Parroquia 101
Gráfico Nº 16	A través de qué medios se enteró de la existencia de la Parroquia..... 102
Gráfico Nº 17	Le gusta visitar la Parroquia..... 103
Gráfico Nº 18	Por qué le gustaría visitar nuevamente la Parroquia 104

Gráfico Nº 19	En el último año cuantas veces salió de turismo...	105
Gráfico Nº 20	Cuando viaja por turismos cuanto permanece.....	106
Gráfico Nº 21	Qué tipo de turismo prefiere.....	107
Gráfico Nº 22	Qué atractivos turísticos le gustan.....	108
Gráfico Nº 23	Qué factores considera para salir de turismo.....	109
Gráfico Nº 24	Cuando viaja por turismo usted va.....	110
Gráfico Nº 25	Numero de acompañantes.....	111
Gráfico Nº 26	Qué tipo de transporte utiliza.....	112
Gráfico Nº 27	Otros.....	113
Gráfico Nº 28	Qué tipo de comida prefiere.....	114
Gráfico Nº 29	Qué tipo de alojamiento prefiere.....	115
Gráfico Nº 30	Cuando viaja por turismo cuánto gasta por día en movilización, hospedaje y otros.....	116
Gráfico Nº 31	Forma de pago.....	117

ÍNDICE FOTOS

CONTENIDO	PÁGINAS
Foto Nº 1	Unidad de Policía Comunitaria..... 36
Foto Nº 2	Rinconada de Cusín..... 46
Foto Nº 3	Cerro Cusín..... 47
Foto Nº 4	Lago San Pablo..... 48
Foto Nº 5	Parque Cóndor..... 49
Foto Nº 6	Capilla de Lourdes..... 50
Foto Nº 7	Fiestas de San Juan..... 51
Foto Nº 8	Fiesta de Parroquialización..... 52
Foto Nº 9	Hostería Puerto Lago..... 53
Foto Nº 10	Hostería Hacienda Cusín..... 55
Foto Nº 11	Cabañas del Lago..... 62
Foto Nº 12	Infocentro..... 68
Foto Nº 13	Vías..... 70
Foto Nº 14	Señalización..... 71
Foto Nº 15	Croquis de ubicación..... 128

ÍNDICE DE MAPAS

CONTENIDO	PÁGINAS
Mapa Nº 1	Ubicación geográfica de la Parroquia..... 29
Mapa Nº 2	Limítrofe de la Parroquia..... 30
Mapa Nº 3	Provincia de Imbabura..... 127
Mapa Nº 4	Opción 1. Ruta Turística..... 154
Mapa Nº 5	Opción 2. Ruta Turística..... 155

TEMA: “PROYECTO DE RUTA TURISTICA DE LOS PAISAJES EN SAN PABLO DE LAGO”

SUBJECT: "PROJECT OF A TOURISTIC ROUTE OF THE LANDSCAPES IN SAN PABLO LAKE"

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto de Ruta Turística de Los Paisajes en San Pablo de Lago Cantón Otavalo, Provincia de Imbabura, fue desarrollado en cinco capítulos:

Capítulo I: Incluye la metodología manejada y utilizada en la investigación del Plan de Tesis; así como también del Plan Analítico.

Capítulo II: Selecciona el diagnostico general y la situación actual de la parroquia en diversos ámbitos como: sociales, económicos y ambientales.

Capítulo III: Se realizó un estudio de mercado de oferta y demanda, mediante encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros.

Capítulo IV: Se cumplió con los Objetivos Estratégicos, la Misión y Visión; también se realizó un estudio de Marketing y la Evaluación Económica y Financiera que se necesita para la ejecución del proyecto.

Capítulo V: Conclusiones y recomendaciones, en base a cada capítulo.

PALABRAS CLAVES

**TURISMO ECOLÓGICO/ DESARROLLO ECONÓMICO –SOCIAL/
PROYECTO TURÍSTICO/ SAN PABLO DEL LAGO/ IMBABURA/ CANTÓN
OTAVALO**

ABSTRACT

The project of touristic rout of the Landscape in San Pablo lake in Otavalo, Imbabura Province, was developed in five Chapters:

Chapter I: Includes the methodology managed and used in the thesis research plan, as well as the Analytic Plan.

Chapter II: Selects the general diagnosis and the current status of the parish in a variety of fields such as: social, economic and environmental.

Chapter III: A study of offer and demand was done through surveys that were applied to national and foreign tourists.

Chapter IV: Strategic Objectives, Mission and Vision were accomplished, also a marketing study and the economic and financial evaluation were done, the ones needed for the project.

Chapter V: Conclusions and recommendations based on each chapter.

KEY WORDS

**ECOLOGICAL TURISM/ SOCIAL- ECONOMIC DEVELOPMENT/ TURISTIC
PROJECT/ SAN PABLO LAKE/ IMBABURA/ OTAVALO CITY.**

PLAN DE TESIS

TEMA: PROYECTO DE RUTA TURISTICA DE LOS PAISAJES EN SAN PABLO DE LAGO.

1. ANTECEDENTES

San Pablo del Lago se ubica al norte de Quito a 90 Km de distancia y 2670 m de altura, al sur oriente de la ciudad de Otavalo. Su población es de 13.000 habitantes, está rodeado de cerros y nevados entre los cuales se encuentran: El Cotacachi, El Cerro Cusín, Mojanda y el Viejo Imbabura, estos convierten al lugar en un paisaje perfecto, un "paraíso escondido" que nos transporta al pasado en medio de sus calles empedradas, sus casas enteajadas y sus paredes de adobe que mantienen su estilo colonial.

Su economía se basa en el turismo, la actividad agrícola-ganadera y la docencia las cuales son sus principales fuentes de ingreso. Dentro de sus atractivos turísticos se encuentran: El Parque Acuático, El Lago San Pablo, La Cascada de la Rinconada, El Cerro Cusín, La Culebra Rummy, La Vertiente Ojo del Quinde, La Capilla de Lourdes y El Parque Cóndor.

Sus fiestas tradicionales son: El legado ancestral del Inti Raymi o conocida también como San Juan, es un festejo andino que los indígenas realizan en agradecimiento al Dios Sol por las cosechas de maíz, desde el 24 hasta el 30 de junio, La Fiesta de Parroquialización la cual es celebrada con una programación que incluye eventos educativos, conferencias, el desfile cívico en el que participan las autoridades e instituciones educativas de la localidad, y la sesión solemne.¹ La Fiesta en honor al Patrón San Pablo y La Fiesta en Honor a la Virgen de Agua Santa.

¹ Revista San Pablo del Lago 146 años de Parroquialización, MARTINEZ Edison, 2007, pág. 14-15.

Nuestra ruta tiene como punto de partida el **Mirador de González Suárez** desde el cual se puede apreciar la majestuosidad de San Pablo del Lago y además una tola considerada como vestigio arqueológico, como segundo punto se encuentra la **Rinconada de Cusín** la cual posee una cascada, vertientes de aguas termales y un bosque primario y secundario cuya micro cuenca da origen al río Itambi (único río que alimenta el lago), con una distancia aproximada 3 Km desde San Pablo.



Como tercer punto el **Cerro Cusín** que forma parte de la cadena volcánica de Mojanda y del grupo volcánico de Imbabura; conjuntamente con el Cubilche son los elementos de relieve más importantes de la zona, con una distancia desde Otavalo de 15 km y desde San Pablo 3 Km.



Como cuarto punto la **Capilla de Lourdes** construida a partir del terremoto de 1868 que destruyó la iglesia principal. Esta edificada sobre un vestigio arqueológico; actualmente se encuentra intervenida para su conservación arquitectónica e histórica.



Como quinto punto la **Culebra Rummy** que es una formación rocosa aproximadamente de 4 a 5 metros de altura y 3,50 de ancho, que asemeja a una serpiente. Este sitio es motivo de leyendas y mitos para la población, con una distancia desde San Pablo de 1.5 Km.



Como sexto punto la **Vertiente Ojo del Quinde** ubicada en el Barrio de Araque donde hay senderos para caminar y disfrutar del paisaje, con una distancia desde San Pablo de 2 Km.²



² ISPED "A.P.G", Listado de Atractivos Turísticos, San Pablo – Otavalo – Imbabura.

Como séptimo punto el **Lago San Pablo** que es uno de los atractivos turísticos más importantes del cantón y de la región norte del Ecuador, porque su espejo de agua de aproximadamente 583 hectáreas permite desarrollar varias actividades como: el velerismo, tabla vela, natación, canotaje y esquí acuático. Sus orillas albergan una biodiversidad endémica entre las cuales están las garzas, patos silvestres, gallaretas y la preñadilla, un pez nativo de los Andes septentrionales que habita en los riachuelos.

Esta laguna esta dentro de una cuenca hidrográfica de 148.69 Km2 donde habitan 36 comunidades indígenas y cuatro centros parroquiales, los mismos que pueden ser apreciados desde los kayak y canoas que son útiles para bordear la laguna y apreciar la vida cotidiana de las comunidades indígenas.



Y finalmente nuestra ruta termina en el **Parque Cóndor** que tiene una hermosa vista panorámica hacia los cuatro puntos cardinales. Al nororiente se puede admirar el Volcán Imbabura, al noroccidente el Volcán Cotacachi e incluso el Cráter de Cuicocha y el pueblo de Cotacachi.

Además de las aves que están en el centro es posible observar aves rapaces silvestres desde los grandes cóndores, hasta los pequeños halcones conocidos en la sierra ecuatoriana como quílicos. El Parque poco a poco tiene una vegetación andina abundante que atrae cada vez más especies de pájaros.



2. JUSTIFICACION

En la Parroquia San Pablo del Lago, se ha visto la necesidad de realizar un proyecto de ruta turística ya que posee gran cantidad de atractivos de origen natural y cultural, lo que hace que sus pobladores se sientan orgullosos de pertenecer a un lugar como este.

Con la creación de una ruta alternativa esta parroquia se desarrollará de mejor manera y se podrá ver a este lugar como un sitio de excelencia como un nuevo rumbo para fomentar el turismo con diversos atractivos, para lograr en un corto tiempo que sea una de las elecciones turísticas favoritas en la provincia, tanto para visitantes nacionales como extranjeros.

Este proyecto servirá para que las personas encuentren más posibilidades de trabajar en su propia parroquia mediante la explotación de sus atractivos naturales y sus capacidades, lo que se espera es mejorar las condiciones del turismo en el sector ya que muchos de los visitantes no llegan a conocer toda la zona por falta de promoción de la parroquia.

3. DELIMITACION

3.1 TEMA

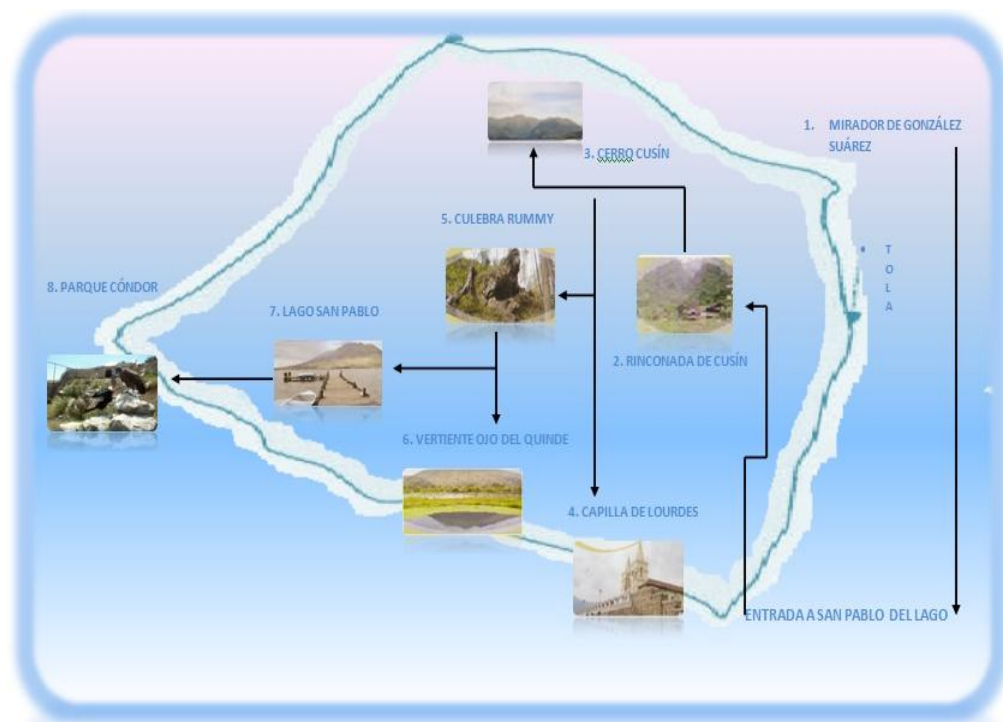
Esta ruta está trazada sobre varios senderos, vertientes, lagos y vestigios arqueológicos, se propone realizar el traslado de turistas en transporte privado

conjuntamente con caminatas, la ruta está preparada para hacerla en el espacio de 4 horas. Durante la ruta se mostrará el potencial turístico de San Pablo del Lago y las diversas opciones que el turista puede disfrutar, como una alternativa de viaje se propone visitar: La Rinconada de Cusín, la Capilla de Lourdes, Culebra Rummy, la Vertiente Ojo del Quinde, el Lago San Pablo y el Parque Cóndor.

Nuestra ruta posee una oferta tan variada y rica que hace que el turista puede plantearse una nueva opción para descansar o disfrutar de sus aficiones en contacto con el medio natural en entornos privilegiados o redescubriendo un local olvidado incluso por sus propios residentes.

3.2 TERRITORIO

El proyecto de ruta turística de “Los Paisajes”, se realizará en la parroquia San Pablo de Lago, perteneciente al Cantón Otavalo.



3.3 TIEMPO

El proyecto de ruta turística de “Los Paisajes” se realizará entre los periodos 2011-2012.

3.4 UNIDAD DE ANALISIS

El perfil del turismo es dirigido hacia las familias.

4. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

¿Es factible y sostenible la implementación de la ruta turística de “Los Paisajes”, en la parroquia de San Pablo de Lago?

5. HIPOTESIS

5.1 Existe un mercado nacional e internacional que tiene interés por acceder a la ruta turística de “Los Paisajes” de San Pablo de Lago.

5.2 El Marketing garantiza la sostenibilidad de la demanda.

5.3 Existe rentabilidad de la ruta turística de “Los Paisajes” de San Pablo de Lago.

5.4 Provoca un mejoramiento en los ingresos de la comunidad del área de influencia de la ruta.

6. VARIABLES E INDICADORES

VARIABLES	INDICADORES	FUENTE DE INFORMACIÓN			
		PRIMARIA	OBTENCIÓN INFORMACIÓN	SECUNDARIA	OBTENCION INFORMACION
6.1 ESTUDIO DE MERCADO					
6.1.1 SITUACIÓN DE LA OFERTA					
6.1.1.1 ATRACTIVOS					
6.1.1.1.1 PATRIMONIO NATURAL					
CASCADAS	NÚMERO	X	OBSERVACION		
RIOS	NÚMERO	X	OBSERVACION		
LAGUNAS	NÚMERO	X	OBSERVACION		
VERTIENTES	NÚMERO	X	OBSERVACION		
PARQUE ECOLOGICO	NÚMERO	X	OBSERVACION		
6.1.1.1.2 PATRIMONIO CULTURAL TANGIBLE MUEBLE E INMUEBLE					
6.1.1.1.2.1 MONUMENTOS RELIGIOSOS					
IGLESIAS	NÚMERO	X	OBSERVACION		
CAPILLAS	NÚMERO	X	OBSERVACION		
6.1.1.1.3 PATRIMONIO CULTURAL INTANGIBLE					
6.1.1.1.3.1 CULTURA					
LOS PERSONAJES	NÚMERO	X	OBSERVACION		
LAS CREENCIAS MÁGICAS	NÚMERO	X	OBSERVACION		
6.1.1.1.3.2 FIESTAS					
FIESTA DE SAN JUAN	NÚMERO	X	OBSERVACION		
FESTIVAL DE SAN PEDRO Y SAN PABLO	NÚMERO	X	OBSERVACION		
FIESTA DE PARROQUIALIZACIÓN	NÚMERO	X	OBSERVACION		
FIESTA DE LA VIRGEN DE AGUA SANTA	NÚMERO	X	OBSERVACION		
6.1.1.2 FACILIDADES					
6.1.1.2.1 ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO					
CAMPAMENTO TURÍSTICO	# ESTABLECIMIENTOS			X	MINISTERIO DE TURISMO
6.1.1.2.2. ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS					

BAR	# ESTABLECIMIENTOS			X	MINISTERIO DE TURISMO
RESTAURANT	# ESTABLECIMIENTOS			X	MINISTERIO DE TURISMO
CAFETERIA	# ESTABLECIMIENTOS			X	MINISTERIO DE TURISMO
6.1.1.2.3 EQUIPAMIENTO					
SUCURSALES BANCARIAS	# ESTABLECIMIENTOS	X	OBSERVACION		
INSTITUCIONES DE TRANSFERENCIA DE DINERO	# ESTABLECIMIENTOS	X	OBSERVACION		
PUNTOS DE AUXILIO	# ESTABLECIMIENTOS	X	OBSERVACION		
6.1.1.2.4 SERVICIOS DE COMUNICACION					
CABINAS	# ESTABLECIMIENTOS	X	OBSERVACION		
INTERNET	# ESTABLECIMIENTOS	X	OBSERVACION		
6.1.1.2.5 ÁREAS DE RECREACIÓN					
PESCA DEPORTIVA	# DE LUGARES	X	ENTREVISTA		
ALQUILER DE CABALLOS	NÚMERO	X	ENTREVISTA		
MIRADORES	NÚMERO	X	OBSERVACION		
6.1.1.3 ACCESIBILIDAD					
6.1.1.3.1 VIAS					
CARRETERAS DE PRIMER ORDEN	# DE KILOMETROS	X	OBSERVACION		
LASTRADAS	# DE KILOMETROS	X	OBSERVACION		
CAMINOS	# DE KILOMETROS	X	OBSERVACION		
CHAQUIÑANES	# DE KILOMETROS	X	OBSERVACION		
6.1.1.3.2 TRANSPORTE	# UNIDADES POR HORA	X	ENTREVISTA		
6.1.1.3.3 SEÑALIZACION	# KM	X	OBSERVACION		
6.1.1.4 OFERTA DE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS					
OPERADORA DE TURISMO	# ESTABLECIMIENTOS	X	ENTREVISTA		
GUÍAS	# DE PROFESIONALES	X	ENTREVISTA		
ZONAS DE PARQUEO	# CAPACIDAD DE PARQUEADEROS	X	OBSERVACION		
ALQUILER DE CUADRONES	NÚMERO	X	ENTREVISTA		
ALQUILER DE BICICLETAS	NÚMERO	X	ENTREVISTA		
CAMPING	# OFERENTES	X	ENTREVISTA		
6.1.2 DEMANDA TURISTICA					
6.1.2.1 POBLACIÓN					

UBICACIÓN GEOGRÁFICA	TIPO	X	ENCUESTA		
GENERO	NÚMERO	X	ENCUESTA		
EDAD	PORCENTAJE	X	ENCUESTA		
TAMAÑO DE LA FAMILIA	# PROMEDIO	X	ENCUESTA		
ESTRUCTURA DE INGRESOS	SUELDO	X	ENCUESTA		
PRESUPUESTO FAMILIAR	INGRESOS	X	ENCUESTA		
PREFERENCIAS		X	ENCUESTA		
6.1.2.2 PERFIL DEL TURISTA					
SOLO	# VISITANTES	X	ENCUESTA		
CON FAMILIA	# VISITANTES	X	ENCUESTA		
CON AMIGOS	# VISITANTES	X	ENCUESTA		
6.1.2.3 ESTADIA MEDIA					
6.1.2.3.1 MOTIVO DE VIAJE					
POR VACACIONES	# VISITANTES	X	ENCUESTA		
NEGOCIOS	# VISITANTES	X	ENCUESTA		
VISITA FAMILIAR	# VISITANTES	X	ENCUESTA		
AMIGOS	# VISITANTES	X	ENCUESTA		
COMPRAS	# VISITANTES	X	ENCUESTA		
OTROS	# VISITANTES	X	ENCUESTA		
6.1.2.4 TIPOS DE ALOJAMIENTO					
CASA DE AMIGOS O FAMILIARES	# VISITANTES	X	ENCUESTA		
HOTEL DE LUJO O PRIMERA	# VISITANTES	X	ENCUESTA		
RESIDENCIA – PENSION REFUGIO	# VISITANTES	X	ENCUESTA		
OTROS	# VISITANTES	X	ENCUESTA		
6.1.2.5 MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO					
TAXI	# VISITANTES	X	ENCUESTA		
BUS	# VISITANTES	X	ENCUESTA		
FURGONETA	# VISITANTES	X	ENCUESTA		
VEHICULO PROPIO	# VISITANTES	X	ENCUESTA		
6.1.2.6 DEMANDA INTERNA					
FIN DE SEMANA	# VISITANTES	X	ENCUESTA		
FERIADO	# VISITANTES	X	ENCUESTA		
VACACIONES	# VISITANTES	X	ENCUESTA		
6.1.2.7 DEMANDA INTERNACIONAL					
6.1.2.7.1 VIA TERRESTRE					
RECEPTIVO	# VISITANTES	X	ENCUESTA		
EXCURSIONISTA	# VISITANTES	X	ENCUESTA		
6.2 VARIABLES DE MARKETING					

6.2.1 PRODUCTO					
CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	NUMERO	X	ENTREVISTA		
VARIEDAD DE ELEMENTOS	NUMERO	X	ENTREVISTA		
CALIDAD EN EL SERVICIO	NUMERO	X	ENTREVISTA		
DISEÑO DEL CIRCUITO	NUMERO	X	ENTREVISTA		
MARCA TURISTICA	NUMERO	X	ENTREVISTA		
PAQUETES TURISTICOS	NUMERO	X	ENTREVISTA		
6.2.2 PRECIO					
VALOR POR PAQUETE TURISTICO	# CLIENTES	X	ENTREVISTA		
	# CLIENTES				
6.2.3 PROMOCION	# CLIENTES				
MEDIOS PUBLICITARIOS		X	ENTREVISTA		
RELACIONES PÚBLICAS		X	ENTREVISTA		
MARKETING DIRECTO	NUMERO	X	ENTREVISTA		
	NUMERO				
6.2.4 PLAZA					
VENTA DIRECTA		X	ENTREVISTA		
VENTA A TRAVÉS DE INTERMEDIARIOS		X	ENTREVISTA		
6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA Y ECONÓMICA					
6.3.1 ESTADO DE SITUACION INICIAL					
6.3.1.1 ACTIVOS					
CAJA	NUMERO			X	ANALISIS
BANCOS	NUMERO			X	ANALISIS
CLIENTES	NUMERO			X	ANALISIS
DOCUMENTOS POR COBRAR	NUMERO			X	ANALISIS
GASTOS DE INSTALACIÓN	NUMERO			X	ANALISIS
PAPELERÍA Y ÚTILES	NUMERO			X	ANALISIS
PROPAGANDA Y PUBLICIDAD	NUMERO			X	ANALISIS
6.3.1.2 PASIVOS					
PROVEEDORES	NUMERO			X	ANALISIS
DOCUMENTOS POR PAGAR	NUMERO			X	ANALISIS
ACREEDORES DIVERSOS	NUMERO			X	ANALISIS
CUENTAS POR PAGAR	NUMERO			X	ANALISIS
IMPUESTOS GRAVÁMENES Y TASAS	NUMERO			X	ANALISIS
OBLIGACIONES FINANCIERAS	NUMERO			X	ANALISIS
DIFERIDOS	NUMERO			X	ANALISIS
6.3.1.3 PATRIMONIO					
CAPITAL SOCIAL	NUMERO			X	ANALISIS
RESERVAS	NUMERO			X	ANALISIS
OTROS APORTES PATRIMONIALES	NUMERO			X	ANALISIS
6.3.2 RESULTADOS PROYECTADOS					

6.3.2.1 INGRESOS OPERACIONALES					
VENTAS	NUMERO			X	ANALISIS
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	NUMERO			X	ANALISIS
OTROS	NUMERO			X	ANALISIS
6.3.2.2 INGRESOS NO OPERACIONALES					
INTERESES Y DESCUENTOS	NUMERO			X	ANALISIS
FINANCIEROS	NUMERO			X	ANALISIS
DIVIDENDOS Y PARTICIPACIONES	NUMERO			X	ANALISIS
6.3.2.3 EGRESOS OPERACIONALES					
GASTOS VARIOS	NUMERO			X	ANALISIS
SUELDOS Y SALARIO	NUMERO			X	ANALISIS
GASTOS DE DEPRECIACIÓN	NUMERO			X	ANALISIS
6.3.2.4 EGRESOS NO OPERACIONALES					
MULTAS Y SANCIONES	NUMERO			X	ANALISIS
OTROS	NUMERO			X	ANALISIS

7. OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad y sostenibilidad de la implementación de la ruta turística de “Los Paisajes” en términos sociales y financieros.

7.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Comprobar si la presencia de un mercado nacional e internacional permitirá generar factibilidad y sostenibilidad de la ruta de “Los Paisajes”.
- Determinar si el marketing provocará sostenibilidad en la implementación de la ruta de “Los Paisajes”.
- Establecer la rentabilidad de la ruta, como condición para su sostenibilidad y factibilidad.
- Determinar que un mejoramiento en los ingresos de la población provocaría la sostenibilidad de la ruta de “Los Paisajes”.

8. MARCO TEORICO

PATRIMONIO NATURAL

“Está constituido por la variedad de paisajes que conforman la flora y fauna de un territorio que tienen un valor relevante desde el punto de vista estético, científico y/o medioambiental. El objetivo principal de esta Ley es establecer el régimen jurídico básico de la conservación, uso sostenible, mejora y restauración del patrimonio natural y de la biodiversidad, como parte del deber de conservar y del derecho a disfrutar de un medio ambiente adecuado para el desarrollo de la persona”.³

³La Comisión de Legislación y Codificación 17, Registro Oficial Suplemento 418 del 10 de Septiembre del 2004. H. Congreso Nacional.

PATRIMONIO CULTURAL

“La Ley de Patrimonio Cultural fue expedida mediante Decreto Supremo N° 3501 de 19 de junio de 1979, sirve para precautelar el legado cultural de nuestros antepasados y la creaciones notables del arte contemporáneo siendo necesario estimular a los poseedores de objetos arqueológicos, etnográficos, de colecciones artísticas coloniales, republicanas y contemporáneas y los documentos de toda índole”.⁴

ESTUDIO DE PROYECTOS⁵

Busca recopilar, crear y analizar sistemáticamente un conjunto de antecedentes económicos que permitirán juzgar en forma cualitativa y cuantitativa las ventajas y desventajas para asignar recursos a nuestra iniciativa del proyecto en ruta. En una primera etapa se preparará el proyecto, es decir, se determinará la magnitud de sus inversiones costos y beneficios. En una segunda se evaluará el proyecto y medirá la rentabilidad de la inversión. Ambas etapas constituyen lo que se conoce como la pre inversión. Para el evaluador de proyectos es necesario y fundamental poder diferenciar la rentabilidad del proyecto con la rentabilidad del inversionista, la evaluación se concentrará en determinar todos los costos y beneficios asociados directamente con la inversión, se debe decidir el monto de la inversión que debe hacerse para su puesta en marcha.

Proceso De Preparación Y Evaluación De Proyectos

El proyecto se presentará como un proceso, el estudio de su viabilidad puede enmarcarse en una cierta rutina metodológica que en general se puede adaptar

⁴ Ley De Patrimonio Cultural N° 3501.

⁵ Preparación y Evaluación de Proyectos, NASSIR SAPAG CHAIN Y REINADO SAPAG CHAIN, Cuarta Edición, Editorial McGraw Hill Interamericana.

a cualquier proyecto y se determinará si es viable realizar la inversión. Se realizará un estudio particular de viabilidad del proyecto y si se llega a una conclusión negativa se determinará que el proyecto no se deberá llevar a cabo, ya que un proyecto puede ser viable por tener un mercado asegurado como por ser técnicamente factible.

En el estudio de proyectos cualquiera que sea la profundidad con que se realice distingue dos grandes etapas la de formulación y la de evaluación; la primera define todas las características que tengan algún grado de efecto en el flujo de ingresos y egresos monetarios del proyecto y calcular su magnitud, la segunda etapa. Con metodologías muy definidas busca determinar la rentabilidad de la inversión en el proyecto.

El Estudio De Mercado

Los Agentes que intervienen en el estudio de mercado de proyecto son: Proveedor, Competidor, Distribuidor, Consumidor y Externo, el objetivo del estudio de mercado es cuantificar el monto de la inversión inicial para poder incluirlo en el flujo de caja. El proceso del estudio de mercado es aquel que está en función del carácter cronológico, para ello se definen tres etapas: Análisis histórico del mercado; Análisis de la situación vigente y el Análisis de la situación proyectada.

La estrategia comercial que se define para el proyecto deberá basarse en cuatro decisiones fundamentales que influyen individual y globalmente en la composición del flujo de caja del proyecto, tales decisiones se refieren al producto, el precio, la promoción y la distribución, la definición de cualquier estrategia comercial requiere de dos análisis complementarios: 1) distintos mercados del proyecto, 2) de las variables externas que influyen sobre el comportamiento de esos mercados. Al estudiar las variables externas se deben reconocer cuatro factores: factores económicos; socio - culturales; tecnológicos y político-legales.

Técnicas de Proyección del Mercado

Las técnicas para proyección del mercado se basan en los siguientes métodos:

- **Métodos de Carácter cualitativo:** Es frecuente su uso cuando el tiempo para elaborar el pronóstico es escaso, cuando no se dispone de todos los antecedentes mínimos necesarios o cuando los datos disponibles no son confiables para predecir algún comportamiento futuro.
- **Modelos de Pronósticos Causales:** Parten del supuesto de que el grado de influencia de las variables permanece estable.
- **Los Modelos de Series de Tiempo:** Se utiliza cuando el comportamiento que asuma el mercado a futuro puede determinarse por lo sucedido en el pasado.
- **Investigación de Mercado:** Se utiliza en la recolección de información relevante para ayudar a la toma de decisiones, probar o refutar hipótesis sobre un mercado específico, a través de encuestas, experimentos, mercados prueba u otra forma.

Estimación de Costos

Constituye uno de los aspectos centrales del trabajo del evaluador por la determinación de la rentabilidad del proyecto como por la variedad de elementos sujetos a valorización como desembolsos del proyecto. Los costos Diferenciales deben utilizarse para tomar una decisión que involucre algún incremento o decrecimiento en los resultados económicos esperados de cada curso de acción que se estudie, estará dado por el costo variable de producción de las unidades adicionales puesto que puede suponerse que los costos fijos permanecerán constantes. Ej.: MP, MOD, CIFV. Los Costos Futuros para determinar que la decisión que se tome en el presente nos afectará a los resultados futuros, los costos históricos son irrelevantes en las decisiones ya que no pueden recuperarse. Nos basaremos en el análisis costo-volumen-utilidad, conocido también como análisis del punto de equilibrio ya que muestra

las relaciones básicas entre costos e ingresos para diferentes niveles de producción y ventas.

Antecedentes Económicos Del Estudio Legal

La actividad empresarial y los proyectos que de ella se derivan se encuentran incorporados a un determinado ordenamiento jurídico que regula el marco legal en el cual los agentes económicos se desenvolverán. El estudio de viabilidad de un proyecto de inversión debe asignar especial importancia al análisis y conocimiento del cuerpo normativo que regirá la acción del proyecto, tanto en su etapa de origen como en la de su implementación y posterior operación. El ordenamiento jurídico de la organización social, expresada mayoritariamente en la constitución política de cada país, preceptúa normas que condicionan la estructura operacional de los proyectos y que obligan al evaluador a buscar la inversión dentro de restricciones legales que a veces atentan contra la sola maximización de la rentabilidad.

Inversiones Del Proyecto

Las inversiones efectuadas antes de la puesta en marcha del proyecto se clasifican en tres tipos: activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo. Para efectos de la evaluación de proyectos, el capital de trabajo inicial constituirá una parte de las inversiones de largo plazo, ya que forma parte del monto permanente de los activos corrientes necesarios para asegurar la operación del proyecto. Los métodos principales para calcular el monto de la inversión en capital de trabajo son: el contable, el del período de desfase y el del déficit acumulado máximo.

Beneficios Del Proyecto

Además de los ingresos directos ocasionados por la venta del producto o servicio que generaría el proyecto, existe una serie de otros beneficios que

deberán incluirse en un flujo de caja para determinar su rentabilidad de la forma más precisa posible. El flujo de caja de cualquier proyecto se compone de cuatro elementos básicos: a) los egresos iniciales de fondos, b) los ingresos y egresos de operación, c) el momento en que ocurren estos ingresos y egresos y d) el valor de desecho o salvamento del proyecto. El riesgo de un proyecto se define como la variabilidad de los flujos de caja reales respecto de los estimados y se calcula sobre la proyección de los flujos de caja. El precio que se fije para el producto que se elaborará con el proyecto será determinante en el nivel de los ingresos que se obtengan, tanto por su monto como su impacto sobre el nivel de la cantidad vendida. El precio (P) se define como la relación entre la cantidad de dinero (M) recibida por el vendedor y la cantidad de bienes (Q) recibidos por el comprador.

Criterios De Evaluación De Proyectos

- El criterio del valor actual neto (**VAN**), plantea que el proyecto debe aceptarse si su VAN es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual.
- El criterio de la tasa interna de retorno (**TIR**), evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período por la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual.
- Tasa interna de retorno versus valor actual neto, la **TIR** y el **VAN** pueden en ciertas circunstancias conducir a resultados contradictorios. La diferencia de los resultados que dan ambas técnicas se debe a los supuestos en que cada una está basada. Mientras que el criterio de la TIR supone que los fondos generados por el proyecto serán reinvertidos a la tasa de rentabilidad del proyecto, el criterio del VAN supone una reinversión a la tasa de descuento de la empresa.

Análisis De Sensibilidad

La importancia del análisis de sensibilidad se manifiesta en el hecho de que los valores de las variables que se han utilizado para llevar a cabo la evaluación del proyecto pueden tener desviaciones con efectos de consideración en la medición de sus resultados.

- **El modelo unidimensional de la sensibilización del VAN:** Determina hasta dónde puede modificarse el valor de una variable para que el proyecto siga siendo rentable. El principio fundamental de este modelo define a cada elemento del flujo de caja como el de más probable ocurrencia, luego la sensibilización de una variable siempre se hará sobre la evaluación preliminar.
- **El modelo multidimensional de la sensibilización del VAN:** El análisis multidimensional a diferencia del unidimensional, además de incorporar el efecto combinado de dos o más variables, busca determinar de qué manera varía el VAN frente a cambio en los valores de esas variables como una forma de definir el efecto en los resultados de la evaluación de errores en las estimaciones.
- **El modelo de sensibilidad de la TIR:** Mide los errores en términos porcentuales y se efectúa calculando los errores EF (error porcentual en el coeficiente del flujo de caja) y EN (error porcentual en la tasa interna de retorno) para distintos valores de las variables, procediendo a determinar el valor de ER que haga la ecuación igual a cero.

Preparación y Evaluación Social De Proyectos

Toda decisión de inversión social debe responder a un estudio preinversional, cuyos resultados permitan establecer el beneficio social que su implementación significaría, sus ventajas y desventajas asociadas, el incremento que éste

generaría en el ingreso nacional o cualquier otro estándar que permita identificar cuantitativamente el impacto que tendría en el desarrollo del país y el bienestar neto de la población. El beneficio social refleja el valor que tiene para la sociedad el aumento de la disponibilidad de un determinado bien atribuible al proyecto más el efecto que éste induce. El costo social refleja el valor que tiene para la sociedad proveer una mayor cantidad de factores de producción a los mercados donde el proyecto se abastece y el efecto de que otros usuarios dejen de usarlo. Todo proyecto de orden público en el que pudiera haber interés privado en su administración podría ser evaluado en forma mixta, en donde el privado, de acuerdo con sus propios intereses, efectúa su respectivo análisis preinversional y el Estado dimensiona el monto de la inversión social.

MARKETING⁶

Facilita el intercambio porque estrecha las divisiones naturales que separan a los compradores de los vendedores y del efecto del marketing en la sociedad. Las variables de marketing son importantes para la toma de decisiones en una empresa y hacen referencia a la combinación de cuatro variables o elementos básicos. Se trata de las 4 P': producto, precio, plaza y promoción.

- **Producto:** Se refiere a bienes, servicios, personas, lugares e ideas.
- **Precio:** Es uno de los campos del marketing menos investigado y dominado en sus decisiones están fundadas entre otras las relativas a la demanda, costos, disponibilidad de información, competencia, motivos para generar utilidades y los productos.
- **Plaza:** La empresa deber desarrollar y coordinar la estrategia de distribución de la plaza de modo que satisfaga las necesidades y los deseos de los mercados meta

⁶ Marketing Turístico, SERRA Antoni, Primera Edición, Edición Pirámide.

- **Promoción:** Es despertar la conciencia del consumidor y brindarle información sobre donde obtener el producto y como usarlo.

PLANIFICACIÓN Y ADMINISTRACIÓN

Para nuestro proyecto utilizaremos la Administración porque facilita una organización clara y útil del conocimiento, por lo tanto en el estudio de la administración es conveniente dividirla en cinco funciones administrativas que son: planear, organizar, integrar personal, dirigir y controlar.

9. MARCO METODOLÓGICO

La metodología que se aplicará en el desarrollo del proyecto de tesis será la obtención de información de fuente primaria y secundaria. En el Estudio de Mercado la recolección de datos se puede realizar a través de una muestra de la población objeto de estudio en base a una encuesta de carácter cuantitativo y cualitativo además con los datos construir las tablas y gráficas para la obtención y validación de resultados y conjuntamente se diseñará una distribución cartográfica de la ruta.

En el Estudio de Marketing utilizaremos los instrumentos básicos (producto, precio, plaza y promoción) que se han de combinar para conseguir las estrategias adecuadas en la ejecución del proyecto y su respectiva comercialización. En el Estudio de Evaluación Financiera y Económica ordenaremos y sistematizaremos la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaboraremos los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y la determinación de su rentabilidad.

10. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tesis previo a la obtención del Título de Economista

ACTIVIDADES	MESES									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Recolección de información	xx									
Organización y selección de la información	xx									
Elaboración del Primer Capítulo		xx								
Corrección del borrador			xx							
Elaboración del Segundo Capítulo			xx	xx						
Corrección del borrador				xx						
Elaboración del Tercer Capítulo					xx					
Corrección del borrador						xx				
Elaboración del Cuarto Capítulo						xx	xx			
Corrección del borrador							xx			
Elaboración del Quinto Capítulo							xx			
Corrección del borrador								xx		
Elaboración del Sexto Capítulo								xx	xx	
Corrección final de la Tesis										xx

11. PLAN ANALÍTICO

CAPÍTULO I. PLAN DE TESIS

1. Antecedentes
2. Justificación
3. Delimitación

3.1 Tema

3.2 Tiempo

3.3 Territorio

3.4 Unidad de Análisis

4. Problema de Investigación
5. Hipótesis
6. Variables e Indicadores
7. Objetivos
8. Marco Teórico
9. Marco Metodológico
10. Cronograma
11. Plan Analítico

CAPÍTULO II. ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Análisis de Mercado

2.1.1 Situación de la Oferta

2.1.1.1 Atractivos

2.1.1.1.1 Naturales

2.1.1.1.2 Culturales

2.1.2 Facilidades

2.1.2.1 Establecimientos de Alojamiento

2.1.2.2 Establecimientos Gastronómicos

2.1.2.3 Equipamiento

2.1.2.4 Servicios de Comunicación

- 2.1.2.5 Áreas de Recreación
- 2.1.3 Accesibilidad
 - 2.1.3.1 Vías
 - 2.1.3.2 Transporte
 - 2.1.3.3 Señalización
- 2.1.4 Oferta de Servicios Complementarios
 - 2.1.4.1 Operadora de turismo
 - 2.1.4.2 Guías
 - 2.1.4.3 Zonas de parqueo
 - 2.1.4.4 Alquiler de cuadrones
 - 2.1.4.5 Alquiler de caballos
 - 2.1.4.6 Camping
- 2.1.2 Demanda Turística
 - 2.1.2.1 Perfil del Turista
 - 2.1.2.1.1 Motivación Cultural
 - 2.1.2.1.2 Motivación Recreativa
 - 2.1.2.1.3 Motivación Profesional
- 2.1.3 Estudio de la Demanda Turística Nacional
 - 2.1.3.1 Análisis de la Demanda del Distrito Metropolitano de Quito
 - 2.1.3.2 Análisis de la Demanda Interna de la Ruta
- 2.1.4 Demanda Turística Internacional
- 2.2 Estudio Técnico
 - 2.1.1 Tamaño
 - 2.1.2 Localización
- 2.3 Estudios Complementarios
 - 2.3.1 Estudio Legal
 - 2.3.2 Impacto Ambiental

CAPITULO III. VARIABLES DE MARKETING

3.1 Producto

3.1.1 Características del producto turístico

3.1.2 Variedad de elementos en la ruta

3.1.3 Calidad en el servicio de la ruta

3.1.4 Marca turística

3.1.5 Paquetes turísticos

3.2 Precio

3.2.1 Valor por paquete turístico

3.3 Promoción

3.3.1 Medios publicitarios

3.3.2 Relaciones públicas

3.3.3 Marketing directo

3.4 Plaza o Distribución del producto turístico

3.4.1 Venta directa

3.4.2 Venta a través de intermediarios

CAPITULO IV. PLANIFICACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE LA RUTA

4.1 Tipo de Empresa

4.2 Accionistas y propietarios

4.3 Organización

4.3.1 Reglamento por procesos o funciones

4.3.2 Estructura

4.4 Plan estratégico

CAPITULO V. EVALUACIÓN FINANCIERA Y ECONÓMICA

5.1 Estado de Situación

5.2 Resultados Proyectados

5.2.1 Ingresos Operacionales

5.2.2 Ingresos No Operacionales

5.2.3 Egresos Operacionales

5.2.4 Egresos No Operacionales

5.3 Evaluación Económica

5.3.1 Valor Actual Neto (VAN)

5.3.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

CAPITULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

6.2 Recomendaciones

CAPITULO II.

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA PARROQUIA SAN PABLO DE LAGO

2.1 Diagnostico Situacional

El diagnóstico situacional nos ayudará a conocer el área donde se implementará el proyecto de ruta turística enfocando los ámbitos: social, económico, ambiental y organizacional de la Parroquia San Pablo de Lago.

2.1.1 Aspecto Social

Con respecto a sus habitantes podemos decir que en San Pablo, existió siempre la influencia de los pueblos Cayambis y que sus costumbres y su atuendo aún se mantienen en ciertas comunidades, la mayoría de ellas están asentadas en lo que antiguamente fueron los dominios de las haciendas especialmente la de Zuleta, misma que se extendía por toda la parte alta de Cubilche, Angla, El Topo y Casco Valenzuela, consecuentemente los pobladores eran influenciados por los hacendados mediante sistemas de explotación como el concertaje.

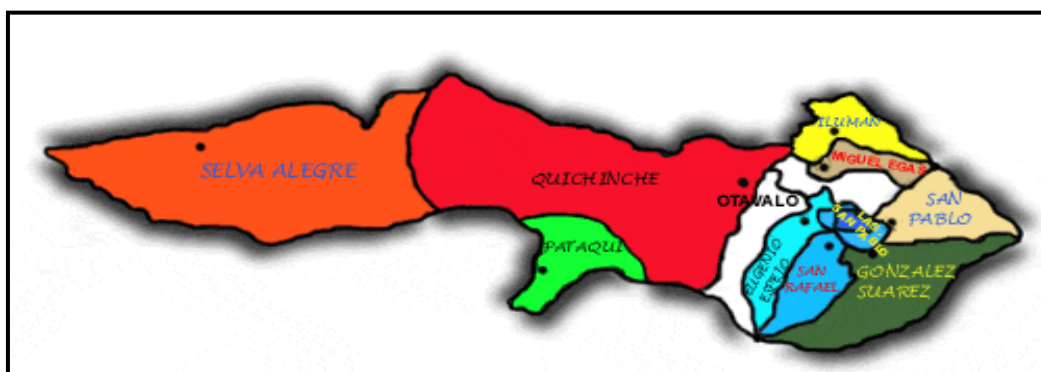
Las comunidades se convierten en jurisdicciones definidas y jurídicas a partir de la liquidación de los huasipungos, desde 1.915 aunque la relación con las haciendas no se eliminó por completo. Las primeras fueron:

- Araque.
- Valenzuela (hoy Cusín Pamba).
- Abatag.
- Tuña Guango (hoy Gualabí).
- Anglango (hoy Angla).
- Casco Valenzuela.
- Cubilche y

- Topo que se unieron para formar El Topo, los cambios de nombre se efectuaron desde la década de 1.950.

Con la reforma agraria de 1.960 las comunidades accedieron a más tierras y algunas familias a terrenos individuales, que adquirirían mediante compra a las haciendas, con ello, se fueron definiendo jurídica y jurisdiccionalmente las comunidades que existen en la actualidad: Abatag, Angla, Araque, Casco Valenzuela, Cochaloma, El Topo, Cusín Pamba, Gualabí, Imbabura, Ugsha, La Unión y Lomakunga.

MAPA Nº1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LA PARROQUIA

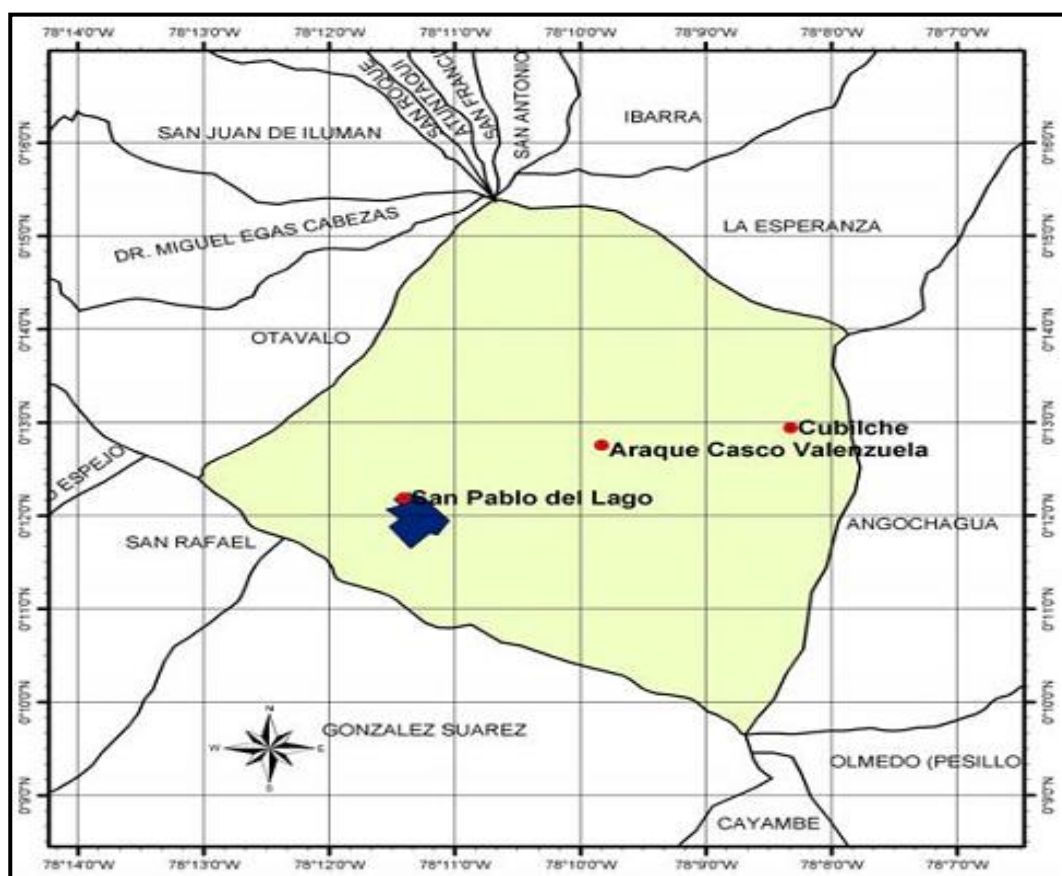


2.1.1.1 Límites

- **Norte:** Con la parroquia rural La Esperanza del Cantón Ibarra.
- **Sur:** Con la parroquia de González Suárez del Cantón Otavalo y Olmedo del Cantón Cayambe.
- **Este:** Con la parroquia Angochahua.
- **Oeste:** Con Otavalo y San Rafael.⁷

⁷ [http://: www.otavalo.gov.ec](http://www.otavalo.gov.ec)

MAPA N° 2. LÍMITROFE DE LA PARROQUIA



Fuente: Junta Parroquial San Pablo del Lago.

2.1.1.2 Características de la población.

CUADRO N°1.

DENSIDAD DE CRECIMIENTO POBLACIONAL

INDICADOR DEMOGRAFICO	SAN PABLO DEL LAGO
POBLACIÓN TOTAL	9,901
Población femenina	5,200
Población masculina	4,701

Fuente: CPV 2010.

Elaborado por: Las Autoras.

La mayor población de San Pablo de Lago está constituida por mujeres con un 52,52% y un 47.48% hombres.

CUADRO N° 2.
COMPOSICIÓN SEGÚN EDAD Y SEXO

SAN PABLO DEL LAGO			
GRUPOS DE EDAD	SEXO		
	HOMBRE	MUJER	TOTAL
Menor de 1 año	116	91	207
De 1 a 4 años	436	410	846
De 5 a 9 años	625	594	1219
De 10 a 14 años	626	589	1215
De 15 a 19 años	523	499	1022
De 20 a 24 años	413	410	823
De 25 a 29 años	301	421	722
De 30 a 34 años	265	333	598
De 35 a 39 años	224	307	531
De 40 a 44 años	225	253	478
De 45 a 49 años	184	253	437
De 50 a 54 años	161	162	323
De 55 a 59 años	132	176	308
De 60 a 64 años	115	152	267
De 65 a 69 años	125	173	298
De 70 a 74 años	100	145	245
De 75 a 79 años	65	103	168
De 80 a 84 años	31	67	98
De 85 a 89 años	25	34	59
De 90 a 94 años	6	21	27
De 95 a 99 años	3	7	10
TOTAL	4701	5200	9901

Fuente: CPV 2010.

Elaborado por: Las Autoras.

Según los grupos de edad por sexo en San Pablo del lago la mayor parte constituyen los niños de 5 a 9 años de edad con el 12.31% seguida de los niños de 10 a 14 años y, la menor población la conforman los adultos mayores de 85 a 99 años con un 0.99%, predominando la población femenina.

2.1.1.3 Condiciones sociales

En lo referente a condiciones sociales nos referiremos a la educación, analfabetismo, instituciones educativas, salud, vivienda, seguridad y transporte.

2.1.1.3.1 Educación

Según el último censo 2010 de población se determinó que en San Pablo del lago 7.343 saben leer y escribir y 1.505 personas son analfabetas.

2.1.1.3.2 Analfabetismo

En la Parroquia San Pablo del Lago se evidencia que el 18.55% de la población es analfabeta según el último censo de población y vivienda 2010. Actualmente los estudiantes de colegios alfabetizan a las personas que deseen superarse y con eso tratar de erradicar este grave problema.

2.1.1.3.3 Instituciones Educativas

La Parroquia San Pablo del Lago cuenta con 12 instituciones educativas las cuales son: Jardín de infantes Alfonso Barba, Escuela Leopoldo N. Chávez, Escuela María Angélica Idrobo, Escuela Andrés Bello, Escuela Julián Juez, Escuela Luis Wandemberg, Escuela Gerardo Guevara Barba, Escuela Tarquino Idrobo, Unidad Educativa Galo Plaza Lasso, Colegio Nacional San Pablo,

Instituto Pedagógico Alfredo Pérez Guerrero y la Escuela de Formación para Policías San Pablo de Lago⁸.

2.1.1.3.3.1 Salud

En el cantón existen 14 establecimientos que ofrecen servicios de salud que permiten acoger a la población pero esta oferta es insuficiente comparado con el número de usuarios de San Pablo que son 2.281 personas que se acogen al uso de dicho servicio. San Pablo del Lago cuenta con un sub centro de salud público ubicado en el centro de la Parroquia el cual aporta con un médico general, un médico residente, una obstetra, un odontólogo y 2 auxiliares de enfermería. Además de un dispensario del seguro social campesino ubicado en la comunidad Casco Valenzuela con una auxiliar de enfermería de planta y un médico tratante.

La parroquia en compañía del asocio y cooperación técnica y financiera entre el Gobierno de Japón, el Ministerio de Salud Pública, la Junta Parroquial de San Pablo, donantes privados locales y CARE Ecuador lograron obtener una nueva área que brinda servicio de atención prenatal, cuidados de emergencias obstétricas esenciales y atención de parto intercultural las 24 horas del día para los pobladores de la Parroquia, Otavalo y sus alrededores. Existe un proyecto a futuro para la creación de un Hospital Regional ubicado en la parroquia en donde se dispondrá de todas las especialidades médicas. A nivel privado la Parroquia cuenta con dos clínicas: Clínica La Dolorosa en donde se acude por cualquier emergencia ya que ofrece todas las especialidades y la Clínica Dental en la que trabajan dos especialistas en la rama.

⁸ Junta Parroquial San Pablo del Lago.

CUADRO Nº 3.
USUARIOS REGISTRADOS POR UNIDAD DE SALUD

USUARIOS REGISTRADOS POR UNIDAD DE SALUD PROVINCIA IMBABURA		
ÁREA DE SALUD	UNIDAD DE SALUD	TOTAL USUARIOS
AREA 4 – OTAVALO	AGATO	5
	AZAMA	8
	EUGENIO ESPEJO	33
	GONZALES SUAREZ	1
	GUALSAQUI	4
	ILUMAN	1194
	LA COMPAÑÍA	1
	PATAQUI	2
	PEGUCHE	6
	PUNYARO	136
	QUICHINCHE	27
	SAN LUIS DE OTAVALO 75 CAMAS	2786
	SAN PABLO	2281
	SELVA ALEGRE	1
	TOTAL UNIDADES DE SALUD:	14
	TOTAL USUARIOS REGISTRADOS	6485

Fuente: Ministerio de Salud Pública, Sistema de Adscripción Primer Nivel
Elaborado por: Las Autoras.

2.1.1.3.4 Vivienda

En lo referente a vivienda en la Parroquia se puede apreciar que la mayoría de casas son de construcción mixta con la utilización de adobe y cemento. El 3.40% no disponen de dormitorios exclusivos y, de estas viviendas 1431 son propias lo que quiere decir que la mayor parte de la población vive en condiciones aceptables.

CUADRO N° 4.
TIPO DE VIVIENDA

SAN PABLO									
MATERIAL	TIPO DE VIVIENDA								
	Casa/ Villa	Departamento en casa o edificio	Cuarto(s) en casa de inquilinato	Mediagua	Rancho	Covacha	Choza	Otra vivienda particular	Total
Hormigón (losa, cemento)	813	40	28	-	-	-	-	-	881
Asbesto (eternit, eurolit)	139	1	-	48	-	-	-	-	188
Zinc	54	-	2	21	-	1	-	-	78
Teja	1105	6	24	113	-	-	-	-	1248
Palma, paja u hoja	-	-	-	-	-	-	17	1	18
Otros materiales	-	-	-	-	-	1	-	4	5
TOTAL	2111	47	54	182	-	2	17	5	2418
NOMBRE DE LA PARROQUIA	PROPIA Y TOTALMENTE PAGADA	PROPIA Y LA ESTÁ PAGANDO	PROPIA (REGALADA, DONADA, HEREDADA O POR POSESIÓN)	PRESTADA CEDIDA (NO PAGADA)	POR SERVICIOS	ARRENDADA	ANTICRESIS		
SAN PABLO	1431	112	374	273	30	227	0		

Fuente: CPV 2010.

Elaborado por: Las Autoras.

2.1.1.3.5 Seguridad

En el ámbito de seguridad la Parroquia San Pablo del Lago cuenta con una Unidad de Policía Comunitaria (UPC) y el debido resguardo policial que ofrecen a toda la población.



2.1.1.3.6 Transporte

San Pablo de Lago dispone de cinco Cooperativas de transporte que son: Cooperativa Otavalo, Cooperativa Lagos, Cooperativa Imbaburapak, Cooperativa de camionetas y Taxis San Pablo del lago.

2.1.2 Aspecto Económico

La principal actividad económica de la población Sampableña es la agrícola - ganadera, el turismo y la docencia.

2.1.2.1 Población Económicamente Activa (PEA)

La PEA, está conformada por las personas de 10 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia, o aunque no trabajaron, tuvieron trabajo (ocupados), o bien aquellas personas que no tenían empleo pero estaban disponibles para trabajar y buscan empleo (desocupados).⁹ La composición de la PEA en San Pablo es la siguiente:

⁹ <http://es.wikipedia.org>

CUADRO N° 5.
PEA SAN PABLO DEL LAGO

P.E.A.SAN PABLO DEL LAGO	7152
Resto de Población	8902
TOTAL:	16054

Fuente: INEC.

Elaborado por: Las Autoras.

2.1.3 Aspecto Ambiental

2.1.3.1 Clima

La parroquia de San Pablo posee un clima frío húmedo en la parte alta del páramo que se encuentra desde los 2800 hasta los 4520 m.s.n.m, y templado cálido desde los 2660 m.s.n.m. hasta los 2800 m.s.n.m, su temperatura promedio aproximadamente es de 9°C en la parte alta y alcanza los 18°C en la parte baja. El centro poblado presenta un clima templado con una temperatura aproximada de 14°C.

En la cabecera parroquial existe un máximo de 5 meses secos, así como también en la parte alta existe un mínimo de 3 meses secos esto es muy importante para tomar medidas que solucionen los problemas de la producción (agricultura, ganadería, etc.) en épocas de sequía; las alternativas pueden ser construir reservorios de agua, proteger las fuentes de agua, etc.

2.1.3.2 Hidrografía

La hidrografía es numerosa y está compuesta por ríos de curso permanente y ríos de curso intermitente, sobresalen los Ríos Tahuando, Cariacu, Jatunyacu, Itambi y la Laguna de San Pablo.

2.1.3.3 Flora

En la actualidad los recursos naturales se han ido deteriorando poco a poco debido a la actividad de los campesinos para mejorar el pasto para el ganado y la producción agrícola en pendientes muy pronunciadas.

El resultado del deterioro de la flora nativa es el desconocimiento del adecuado manejo de los recursos naturales. En épocas pasadas en el bosque andino del Itambi se obtenían varios productos como madera, pastos, leña y frutos. Sin embargo en el presente existe una gran riqueza biótica, turísticas, científica y valor recreacional que es importante proteger.

2.1.3.4 Fauna

El clima y la vegetación contribuyen con el desarrollo de una gran variedad de especies animales. Tradicionalmente habitaban en las laderas de estos montes el tigrillo, conejo, ratón de monte, zorros, llama y el venado. Al igual que una gran variedad de aves como gavilanes, mirlos, tórtolas, patas, gaviotas, quindes (picaflor) y golondrinas.

La especie más abundante era el gorrión que se divisaba en numerosas bandadas durante todo el tiempo, actualmente muchas de estas especies han desaparecido o emigrado a zonas más propicias. Ahora existen animales que son cuidados en los hogares como la vaca, el chancho, el cuy, la gallina, los pavos, el asno, la oveja, el caballo, el perro y otros de carácter doméstico.

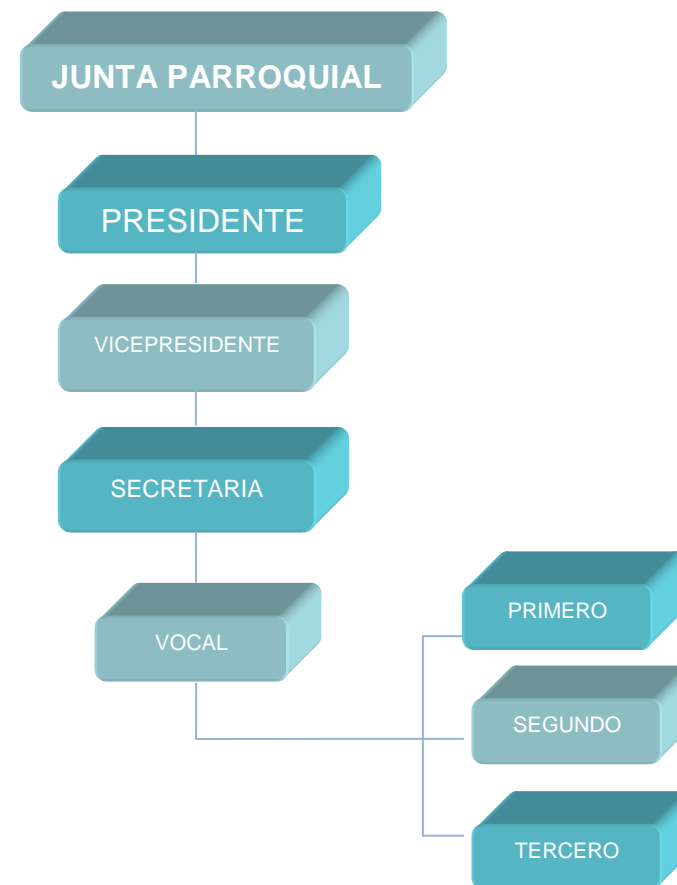
2.1.4 Aspecto Organizacional

2.1.4.1 Conformación de la Junta Parroquial

PRESIDENTE: Sr. Fausto Proaño	1
VICEPRESIDENTE: Sr. Fernando Chiza	1
SECRETARIA Y TESORERA: Lcda. Daniela Andrade	1
VOCALES: 1. Ing. Romel de Acelga 2. Ing. Hermel Inagosa 3. Tecnólogo Agustín Casco	3
TOTAL	6

Fuente: Junta Parroquial San Pablo de Lago.

Elaborado por: Las Autoras



Los cargos duran 5 años el periodo actual es 2009- 2014 y se asignan los cargos a través de una elección popular. Se manejan por el presupuesto del gobierno central 2012 y por presupuestos participativos de acuerdo a las necesidades básicas o insatisfechas. El presidente de la Junta Parroquial es el administrador, el ejecutivo y los vocales son legisladores y fiscalizadores.

CAPITULO III.

ESTUDIO DE MERCADO

El presente capítulo corresponde al Estudio de Mercado en el cual se trataran dos temas relevantes como son la Oferta y Demanda Turística, dentro del primero se realizará un análisis del mercado turístico y la situación de la oferta en lo referente a los atractivos, facilidades, accesibilidad y servicios complementarios y respecto al segundo se determinara el perfil del turista, la demanda turística nacional e internacional y los respectivos estudios complementarios.

3.1 Objetivos

3.1.1 Objetivo General

Determinar la oferta y demanda turística que existe en la Parroquia San Pablo del Lago analizando las fortalezas y oportunidades que posee el sector turístico.

3.1.2 Objetivos específicos

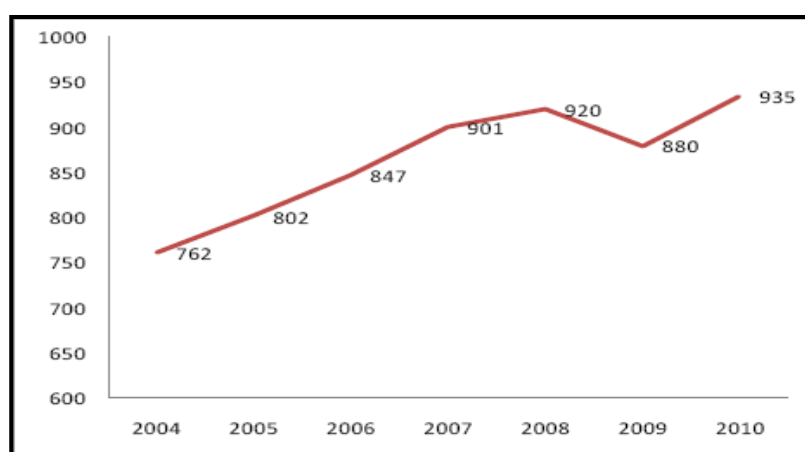
- Analizar la existencia de un mercado turístico apto para desarrollar nuestro proyecto.
- Identificar las necesidades que tiene la Parroquia en el sector turístico.
- Valorar la promoción turística sobre los atractivos turísticos de San Pablo del Lago.

3.2 Análisis de Mercado

El turismo es uno de los sectores más importantes y dinámicos en el mundo actual, tanto por su nivel de inversión, participación en el empleo, aportación de divisas, como por la contribución al desarrollo regional. Internacionalmente se

recuperó fuertemente en el año 2010 según la Organización Mundial del Turismo (OMT). La llegada de turistas internacionales creció casi en un 7% con 935 millones, tras el descenso del 4% en el año 2009. La gran mayoría de destinos en todo el mundo presentó cifras positivas, que lograron compensar las pérdidas recientes.

GRAFICO N°1.
LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES AÑOS 2004 - 2010
(MILLONES)



Fuente: Organización Mundial del Turismo, 2010.

Elaboración: Las Autoras.

Según las tendencias de los mercados turísticos emitidas por la OMT: la región de las Américas recibe más de 16% de las llegadas totales de turismo del mundo, es en la actualidad la tercera región más visitada, después de Europa, Asia y el Pacífico, con aproximadamente 115 millones de llegadas de todo el mundo.

El análisis por países revela que en el año 2020, Estados Unidos seguirá siendo el destino número uno de América con más de 100 millones de llegada de turistas internacionales, seguirán México y Canadá con casi 49 y 41 millones de llegadas respectivamente. Brasil, Dominicana, Chile y Jamaica se espera que registren entre 2 y 8 millones de llegadas internacionales.

CUADRO N° 6.
TENDENCIA DE DESTINOS TURISTICOS PARA EL AÑO 2020

DESTINOS TURISTICOS EN AMÉRICA	MILLONES DE LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES
1. Estados Unidos	100 Millones
2. México	49 Millones
3. Canadá	41 Millones
4. Brasil, Dominicana, Chile y Jamaica	Entre 2 y 8 Millones

Fuente: Organización Mundial del Turismo, 2010.

Elaboración: Las Autoras.

La OMT estima que en los próximos 10 años viajarán por el mundo alrededor de 1.600 millones de turistas y dejarán dos billones de dólares a la economía, se espera que el crecimiento del sector turístico mundial continúe en el 2011 y crezca entre un 4% a 5%.¹⁰

3.2.1 Situación de la Oferta

Tradicionalmente el turismo ha estado orientado a experiencias de vacaciones en sol, playa y recorridos tradicionales, actualmente vemos cómo la oferta de viajes turísticos ha experimentado un cambio significativo orientado hacia una mayor participación del turista en las culturas locales y un mayor conocimiento de los destinos, así como el deseo de aprender y participar en actividades en los sitios que visitan.

¹⁰ Barómetro Turístico, Ecuador 2010 - Ministerio de Turismo.

Asimismo, estas nuevas tendencias en la actividad turística apuntan a la vez, hacia la mejora en la calidad de vida y las oportunidades económicas de los pobladores de los destinos desde una visión integral, aplicando los criterios de sostenibilidad. El turismo puede convertirse en una forma integradora del proceso de desarrollo y crecimiento de una localidad o país, usando las capacidades de diversificación económica y manejo sostenible de los recursos existentes.

Las actividades que los turistas extranjeros desarrollan con más frecuencia en su visita al Ecuador son las relacionadas con la naturaleza, lugares históricos, deportes, interacción con comunidades, etc. Y los lugares de destino preferidos por los turistas nacionales son: atractivos naturales, playas y balnearios termales.

En la actualidad la Parroquia San Pablo del Lago se ha convertido en uno de los elementos más relevantes de la región norte del Ecuador, cuyo mayor atractivo es el Lago debido a su magnitud y belleza, el cual lleva el mismo nombre de la Parroquia, por tal motivo las operadoras de turismo han aprovechado dicho lugar debido a que es apreciado por turistas nacionales y extranjeros que se trasladan hacia la provincia de Imbabura.

Las empresas turísticas han establecido servicios gastronómicos y de alojamiento para apoyar al crecimiento de la actividad en la Parroquia San Pablo del Lago, convirtiéndola así en un atractivo espacio de recreación y esparcimiento.

3.2.1.1 Atractivos

Los atractivos son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el

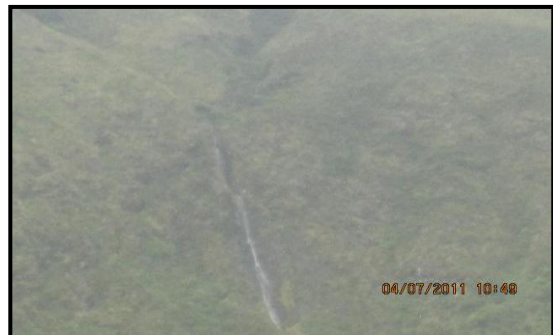
interés del visitante de acuerdo al Ministerio de Turismo se los clasifica en dos grandes grupos: atractivos naturales y manifestaciones culturales.

3.2.1.1.1 Atractivos Naturales

Los atractivos naturales son todos los elementos del medio ambiente con determinada persuasión que motiva al turista a dejar su lugar de origen por un determinado tiempo, dentro ellos podemos nombrar a las cascadas, bosques, lagunas, ríos, etc. Los atractivos con los que cuenta San Pablo de Lago son los siguientes:

3.2.1.1.1.1 Rinconada de Cusín

Se encuentra a 30 minutos de caminata desde la parroquia, se trata de un valle que encierra hermosos paisajes, un bosque primario y secundario cuyo micro cuenca da origen al río Itambi (único río que alimenta el lago) y una fuente de agua mineral conocida como “Agua de Guitig”.



3.2.1.1.1.2 Cerro Cusín

Forma parte de la cadena volcánica de Mojanda y del grupo volcánico de Imbabura; conjuntamente con el Cubilche son los elementos de relieve más importantes de la zona. En los alrededores habitan los Kichwa Cayambi, repartidos en varias comunidades como Pijal, Gualabí, Angla, entre otras. En sus faldas nacen una cantidad de vertientes que alimentan al Imbakucha; la principal de todas da lugar al Itambi.



3.2.1.1.1.3 Culebra Rummy

Es una formación rocosa aproximadamente de 4 a 5 metros de altura y 3,50 de ancho, que asemeja a una serpiente. Cuenta la leyenda que en tiempos remotos dos culebras (serpientes) hembra y macho, se trasladaban desde Guayllabamba hasta el Valle del Chota, sin embargo, el clima se encontraba abrumado por lluvias y vientos. Al cruzar la loma del Atallaro, por un lugar muy rocoso la culebra hembra no soportó el frío y no pudo avanzar. Quedó muerta entre las rocas dejando un vestigio de su paso por aquel lugar, que ahora se le conoce como Culebra Rummy o Culebra de Piedra.

3.2.1.1.1.4 Vertiente Ojo del Quinde

Ubicado en el Barrio de Araque donde hay senderos para caminar y disfrutar del paisaje. Este manantial lleva su nombre en honor a la familia

Quinde que en los años 50, 60 eran los dueños de esos predios. Comienza la leyenda cuando la gente murmuraba y comentaba que el señor Joaquín Quinde había amasado riqueza con un acto de compactación con el diablo en el ojo, es así cuando un joven de apellido Cevallos fue a pescar el medio día se le apareció en el costado del manantial un pez de color rojo instigándole confianza hasta hacerle perder el control y caer y desaparecer durante 21 días.

En el año 90 este predio fue adquirido por unas personas que impulsaron un proyecto de piscicultura por lo que cerraron el ojo con cemento armado en un diámetro de 10 metros para estancar el agua y subir de nivel pero cuando esto pasaba el agua empezó a agitarse hasta romper las paredes de concreto, desde aquella vez no se ha vuelto a realizar ningún trabajo.¹¹

3.2.1.1.1.5 Lago San Pablo

Es uno de los atractivos turísticos más importantes del cantón y de la región norte del Ecuador, porque su espejo de agua de aproximadamente 583 hectáreas permite desarrollar varias actividades como: el velerismo, tabla vela, natación, kayak, canotaje y esquí acuático. Sus orillas albergan una biodiversidad endémica entre las cuales están las garzas, patos silvestres, gallaretas y la preñadilla, un pez nativo de los Andes septentrionales que habita en los riachuelos.



¹¹ ISPED “A.P.G”, Listado de Atractivos Turísticos, San Pablo – Otavalo – Imbabura.

3.2.1.1.1.6 Parque Cóndor

Tiene una hermosa vista panorámica, además de las aves que están en el centro es posible observar aves rapaces silvestres desde los grandes cóndores, hasta los pequeños halcones conocidos en la sierra ecuatoriana como quilicos. El Parque tiene una vegetación andina abundante que atrae cada vez más especies de pájaros.



3.2.1.1.2 Manifestaciones Culturales

Los atractivos culturales encierran una gran herencia ancestral y cuentan cómo ha evolucionado la historia y los hechos más sobresalientes de un determinado lugar y son:

3.2.1.1.2.1 Iglesia Matriz

Es un sagrado edificio con figura de cruz, posee una infraestructura imponente, techo de teja, tumbado circular y grandes columnas. Según el estudio efectuado por la Unidad de Restauración y Conservación Arqueológica del Museo del Banco Central se cita que antes de la actual iglesia existió una capilla la misma que fue destruida por el terremoto de Ibarra el 16 de agosto de 1868, en 1910 Monseñor Pérez Quiñones inició la construcción de la Iglesia Matriz con ayuda de los pobladores.¹²

¹² Revista San Pablo del Lago 146 años de Parroquialización, MARTINEZ Edison, 2007, pág. 10-11.

3.2.1.1.2.2 Capilla de Lourdes

Construida a partir del terremoto de 1868 que destruyó la iglesia principal. Está edificada sobre un vestigio arqueológico; actualmente se encuentra intervenida para su conservación arquitectónica e histórica.



3.2.1.1.2.3 Los personajes

Fueron hombres y mujeres que dejaron su huella en el tiempo, entre los más representativos se encuentran: María Angélica Idrobo nació en San Pablo del Lago el 29 de julio de 1890, fundó la escuela “10 de Agosto”, la Sociedad Feminista “Luz de Pichincha”, la primera escuela nocturna para las mujeres obreras, el colegio de señoritas “Simón Bolívar” y también obtuvo el cargo de rectora del colegio normal “Manuela Cañizares”.

Carlos Eliecer Guerra Boada nació en San Pablo del Lago el 18 de octubre de 1896, fue el fundador de la primera banda de música de San Pablo, con la que obtuvo un premio nacional en Quito, se desempeñó como profesor de música del complementario “Benjamín Araujo”, de Patate y del colegio “Calos Zambrano” de Uyumbicho

3.2.1.1.2.4 Fiestas

San Pablo de Lago celebra cuatro fiestas de gran magnitud en diferentes lugares y fechas como son:

- **Fiesta de San Juan.-** Ha conservado los matices y rasgos tradicionales se inicia el 24 de junio; las comunidades forman grupos de amigos, danzantes y disfrazados con caretas, pañuelos, máscaras de hayajuma,

sombreros grandes, gorros de militares y zamarros. El que dirige la fiesta, va vestido de hayajuma (cabeza de diablo).

Cada grupo tiene su acompañamiento musical, salen bailando desde sus comunidades y se dirigen a los diferentes lugares de concentración; las comunidades aledañas a la parroquia de San Pablo del Lago festejan por cinco días consecutivos en el estadio de Pusaco, en la plazoleta de Cusimpamba, en la comunidad de Abatag, en la Laguna y en el Chilco.

Otras comunidades se dirigen a la ciudad de Otavalo, se toman las calles y plazas, luego se dirigen a sus comunidades para continuar la fiesta por lo menos durante quince días. El personaje más importante es sin duda el hayajuma que en la víspera del 24 de Junio por la noche, se baña en alguna cascada con el objeto de adquirir poderes especiales para bailar todos esos días. La actual fiesta de San Juan coincide con el festival prehispánico del sol, conocido como Inty Raymi, en la época del solsticio de verano.



- **Fiesta de San Pedro y San Pablo.-** Es una fiesta cultural de la tradición indígena, especialmente de la cultura Cayambis asentada en la cuenca de la laguna de San Pablo. Se celebra a partir del 29 de junio, aun que con frecuencia se fusiona con el Inti Raymi desde el 24 de Junio. Es una fiesta muy alegre en la que la gente de las comunidades de todas las edades baila haciendo visitas a casas de comuneros, y dura varios días. Se divierten bailando al son de la banda, hay danzantes que

llevan a su espalda pequeños cueros en los cuales van armadas unas campanas de cobre y bronce que al bailar las hacen sonar. Este es un atractivo cultural que despierta el interés de visitantes, especialmente extranjeros.

- **Fiesta de Parroquialización.-** La parroquia San Pablo fue creada el 29 de mayo de 1861, fecha que actualmente los moradores y las instituciones educativas recuerdan con desfiles cívicos y programas culturales. Además se realiza la



elección de la reina, el festival de la canción nacional, los famosos toros populares, y las misas dominicales en honor a los patronos.

- **Fiesta de la Virgen de Agua Santa.-** Se realiza todos los años, del 15 al 25 de septiembre, inicialmente la imagen era una estatua que desapareció en el terremoto de 1868, fue reemplazada por una pintura que se conserva hasta la actualidad.

3.2.1.2 Facilidades

Comprende el conjunto de bienes y servicios que hacen posible la actividad turística. Se refiere a las instalaciones donde los visitantes pueden satisfacer sus necesidades y los servicios complementarios para la práctica del turismo.

3.2.1.2.1 Establecimientos de Alojamiento

Los establecimientos de alojamiento con los que cuenta la Parroquia de San Pablo del Lago son los siguientes:

3.2.1.2.1.1 Hostería Puerto Lago

Se encuentra ubicada a 90 Km. al norte de la ciudad de Quito, en la provincia de Imbabura a orillas del lago San Pablo a 5 minutos de la ciudad de Otavalo y muy cerca a la vía Panamericana.



Puerto lago es reconocido nacional e internacionalmente por la calidad de su servicio ofrece confort y cuenta con 27 elegantes y lujosos Chalets construidos en un estilo arquitectónico que ofrece armonía con la naturaleza con vista al Lago San Pablo y además con amplios espacios de aparcamiento vehicular.¹³

CUADRO Nº 7.

TARIFA DE HOSPEDAJE EN LA HOSTERIA PUERTO LAGO (US \$)

TIPO DE HABITACIÓN	4 JUNIOR SUITE (JACUZZI)	5 JUNIOR SUITE	10 CHALET SUPERIOR	8 CHALET STANDARD
SINGLE	-----	-----	\$ 75.00	\$ 60.00
DOBLE	\$ 125	\$ 100	\$ 85.00	\$ 70.00
TRIPLE	-----	-----	\$ 95.00	\$ 80.00
CUÁDRUPLE	-----	-----	\$ 110.00	-----

Fuente: Hostería Puerto Lago.

Elaborado por: Las Autoras.

¹³ www.hosteriapuertolago.com

A los precios antes mencionados se les debe agregar el 22% de impuesto (10% por Servicio y 12% IVA) a continuación se detalla cada uno de los componentes con los que está equipada la habitación.

Junior Suite (Jacuzzi):

Es una lujosa y confortable suite equipada con las siguientes facilidades:

Cama Queen Size.	Reloj digital despertador.
Chimenea con carga de leña.	Cafetera disponible para té o café.
Teléfono con acceso a llamadas nacionales e internacionales.	Acceso a Internet de alta velocidad mediante el sistema wireless en áreas sociales.
Habitación alfombrada de pared a pared.	Baño con jacuzzi
Minibar.	Room service.
Televisión satelital.	La habitación tiene vista al lago San Pablo.

Junior Suite:

Es una lujosa y confortable suite equipada con las siguientes facilidades:

Cama Queen Size.	Radio reloj – despertador.
Chimenea con carga de leña.	Cafetera disponible para té o café.
Acceso a Internet de alta velocidad mediante el sistema wireless en áreas sociales.	Teléfono con acceso a llamadas nacionales e internacionales.
Habitación alfombrada de pared a pared.	Amplia sala de baño.
Minibar.	Room service.
Televisión satelital.	La habitación tiene vista al lago San Pablo.

Chalet Superior:

Está equipado con las siguientes facilidades:

Habitaciones dobles, triples y cuádruples.	Camas con colchón semiortopédico.
Chimenea con carga de leña.	Radio reloj despertador.

Acceso a Internet de alta velocidad mediante el sistema wireless en áreas sociales.	Televisión satelital.
Minibar.	Room service.
Teléfono con acceso a llamadas nacionales e internacionales.	Habitaciones alfombradas de pared a pared.

Chalet Standard:

Está equipado con las siguientes facilidades:

Habitaciones simples, dobles y triples.	Vista al jardín.
Camas con colchón semiortopédico.	Televisión satelital.
Acceso a Internet de alta velocidad mediante el sistema wireless en áreas sociales.	Teléfono con acceso a llamadas nacionales e internacionales.
Habitación alfombrada de pared a pared.	Televisión satelital.
Sala de baño confortable.	

Fuente: Hostería Puerto Lago.

Elaborado por: Las Autoras.

3.2.1.2.1.2 Hostería Hacienda Cusín



La Hacienda Cusín data del siglo XVII y hoy es un exclusivo hotel que se encuentra en medio de la cordillera de los Andes y ha sido restaurado hace poco tiempo. Situada a 90 minutos de la ciudad de Quito y a tan solo 20 de los coloridos

mercados artesanales de Otavalo, es una hostería que dispone de 43 habitaciones que ofrecen al visitante todo el confort. Desde algunas ventanas de las habitaciones del hotel y de las casitas de los jardines, se pueden contemplar los espectaculares nevados de la cordillera



andina. Cada una está amoblada con una selección de refinadas artesanías, colchas tejidas a mano y escritorios antiguos, y cuenta con su chimenea de leña para abrigarse del frío de la noche.¹⁴

CUADRO Nº 8.
TARIFA DE HOSPEDAJE EN LA HOSTERIA HACIENDA CUSÍN (US \$)

TIPO DE HABITACIÓN	SENCILLA	DOBLE	TRIPLE
SIERRA 1.	\$ 80.00	-----	-----
SIERRA 2.	\$ 80.00	\$ 120.00	-----
SIERRA 3.	\$ 80.00	\$ 120.00	-----
SIERRA 4.	\$ 80.00	\$ 120.00	-----
SIERRA 5.	\$ 80.00	\$ 120.000	-----
SIERRA 6.	\$ 80.00	\$ 120.00	-----
SIERRA 7.	\$ 80.00	\$ 120.00	-----
SIERRA 8.	\$ 80.00	\$ 120.00	-----
SIERRA 9.	\$ 80.00	\$ 120.00	-----
CASITA DEL JARDIN 10.	\$ 120.00	\$ 150.00	-----
SIERRA 11.	\$ 80.00	\$ 120.00	\$ 140.00
SIERRA 12.	\$ 80.00	\$ 120.00	-----
SIERRA 13	\$ 80.00	\$ 120.00	-----
SIERRA 14.	\$ 80.00	-----	-----
SIERRA 15.	\$ 80.00	\$ 120.00	-----
SIERRA 16.	\$ 80.00	\$ 120.00	-----
SIERRA 17.	\$ 80.00	\$ 120.00	-----
SIERRA 18.	\$ 80.00	\$ 120.00	\$ 140.00
SIERRA 19.	\$ 80.00	\$ 120.00	-----
SUITE FAMILIAR 20.	\$ 80.00	\$ 120.00	\$ 140.00
CASITA DEL JARDIN 21.	\$ 80.00	\$ 120.00	-----
SIERRA 22.	\$ 80.00	\$ 120.00	-----
SIERRA 23.	\$ 80.00	-----	-----
SIERRA 24.	\$ 80.00	\$ 120.00	-----
CASITA DEL JARDIN 25.	\$ 120.00	\$ 150.00	-----
SIERRA 26 – 40.	\$75.00	\$105.00	-----
CASA SAN JOSE 41 – 43.	\$75.00	\$105.00	-----

Fuente: Hostería Hacienda Cusín

Elaborado por: Las Autoras

¹⁴ www.haciendacusin.com

La Hostería Hacienda Cusín agrega impuestos adicionales del 10% por Servicio y 12% IVA. Para los niños de hasta 5 años el hospedaje es gratuito, y hay descuentos para las estancias prolongadas. Para las reservaciones solicitadas por Internet (mínimo de 2 noches), se ofrece el 10% de descuento. A continuación se detalla cada uno de los componentes con los que está equipada la habitación.

Sierra 1:

Está equipada con las siguientes facilidades:

Cama matrimonial doble.	Arte folclórico.
Chimenea.	Caminos empedrados.
Jardín.	

Sierra 2:

Está equipada con las siguientes facilidades:

Cama matrimonial extra grande.	Chimenea.
Arte folclórico.	Caminos empedrados.

Sierra 3:

Está equipada con las siguientes facilidades:

2 Camas Individuales.	Vista hacia la Cordillera de Mojanda.
Balcón.	

Sierra 4:

Está equipada con las siguientes facilidades:

2 Camas Individuales.	Muebles antiguos.
Montañas y tejados de terracota.	

Sierra 5:

Está equipada con las siguientes facilidades:

2 Camas Individuales.	Arte folclórico.
-----------------------	------------------

Sierra 6:

Está equipada con las siguientes facilidades:

Cama matrimonial extra grande.	Arte folclórico.
--------------------------------	------------------

Sierra 7:

Está equipada con las siguientes facilidades:

2 Camas Individuales.	Bellas fotografías de la zona.
Jardín y montañas en la distancia.	

Sierra 8:

Está equipada con las siguientes facilidades:

Cama matrimonial extra grande.	Arte folclórico.
--------------------------------	------------------

Sierra 9:

Está equipada con las siguientes facilidades:

Cama matrimonial extra grande.	Arte folclórico.
Sala de estar.	

Casita del Jardín 10:

Está equipada con las siguientes facilidades:

Cama matrimonial extra grande.	Arte folclórico.
Jardín romántico.	Chimenea
Cabaña amplia.	Techo envigado.
Estanque paisajístico.	Vista hacia el monte Imbabura.

Sierra 11:

Está equipada con las siguientes facilidades:

4 camas individuales.	Chimenea.
Suite con 2 habitaciones.	Arte folklórico.
Techo envigado.	

Sierra 12:

Está equipada con las siguientes facilidades:

Cama matrimonial extra grande.	Chimenea.
Jardín apartado.	TV.
Techo envigado.	DVD.

Sierra 13:

Está equipada con las siguientes facilidades:

2 camas individuales.	Chimenea.
Techo envigado.	

Sierra 14:

Está equipada con las siguientes facilidades:

Cama matrimonial doble.	Chimenea.
Arte folklórico.	Jardines.
Techo envigado.	

Sierra 15:

Está equipada con las siguientes facilidades:

2 camas individuales.	Chimenea.
Arte folklórico.	Patio.
Techo envigado.	

Sierra 16:

Está equipada con las siguientes facilidades:

2 camas individuales.	Chimenea.
Arte folklórico.	Patio.
Techo envigado.	

Sierra 17:

Está equipada con las siguientes facilidades:

2 camas individuales.	Estudio.
Decoración.	Patio empedrado.

Sierra 18:

Está equipada con las siguientes facilidades:

3 camas individuales.	Chimenea.
Techo envigado.	Patio.

Sierra 19:

Está equipada con las siguientes facilidades:

Cama matrimonial extra grande.	Chimenea.
Antigüedades.	Patio.
Techo envigado.	

Suite Familiar 20:

Está equipada con las siguientes facilidades:

2 Cama matrimonial extra grande.	Dormitorio para niños.
Estudio.	Fuente.
Suite con 3 habitaciones	Patio.

Casita del jardín 21:

Está equipada con las siguientes facilidades:

2 Cama matrimonial doble.	Patio privado.
Chimenea.	Techo envigado.

Sierra 22:

Está equipada con las siguientes facilidades:

Cama matrimonial doble.	Estudio.
Chimenea.	Techo envigado.
Sala de estar.	

Sierra 23:

Está equipada con las siguientes facilidades:

1 cama individual.	Chimenea.
Casita estilo hacienda.	Acceso al jardín.
Techo envigado.	

Sierra 24:

Está equipada con las siguientes facilidades:

Cama matrimonial extra grande.	Chimenea.
Casita estilo hacienda.	Patio.
Estudio.	Techo envigado.

Casita del Jardín 25:

Está equipada con las siguientes facilidades:

Cama matrimonial extra grande.	Chimenea.
Vestidor.	Techo envigado.
Terraza en el tejado.	

Sierra 26 – 40:

Está equipada con las siguientes facilidades:

Cama matrimonial extra grande.	Chimenea.
Artesanías andinas.	Techo envigado.

Casa San José 41 – 43:

Está equipada con las siguientes facilidades:

2 camas individuales.	1 Cama matrimonial doble.
Vista panorámica.	Patio privado.

Fuente: Hostería Hacienda Cusín.

Elaborado por: Las Autoras.

3.2.1.2.1.3 Cabañas del Lago

Es una hostería con tradición en el Lago San Pablo. Es una empresa familiar, con más de 30 años de experiencia en el mercado. Lo que ha cautivado a turistas nacionales como extranjeros ha sido la calidez de su gente y el mágico paisaje. Hoy en día están orgullosos de haber podido construir, mantener y desarrollar este maravilloso complejo turístico para que los turistas puedan disfrutarlo.



Su misión es cosechar su cultura y con orgullo saberla combinar con las tendencias de hoy, con el simple fin de aportar a un mejor Ecuador. En la hostería puerto lago se puede rentar botes de pedal y equipos para la realización de los deportes acuáticos. Está compuesto de 27 cabañas con capacidad para 100 personas.¹⁵

¹⁵ www.cabañasdellago.com

CUADRO N° 9.
TARIFA DE HOSPEDAJE EN CABAÑAS DEL LAGO (USD \$)

TIPO DE HABITACIÓN	TARIFA
4 CABAÑAS FAMILIARES	\$ 122.00
4 HABITACIONES	\$ 73.20
4 CABAÑAS	\$ 85.40
4 SUITES	\$ 97.60
4 JUNIOR SUITES	\$ 122.00
3 MULTIPLES	\$ 122.00
2 PANORAMICAS	\$ 109.80
2 SUITES FAMILIARES	\$ 195.20

Fuente: Hostería Cabañas de Lago.

Elaborado por: Las Autoras.

Cabañas del Lago agrega el 22% de impuestos adicionales (10% por Servicio y 12% IVA) incluye ingreso a la Marina, juegos de mesa y servicio de leña para la chimenea. A continuación se detalla cada uno de los componentes con los que está equipada la habitación.

Cabaña familiar

Está equipada con las siguientes facilidades:

Capacidad de 1 a 4 personas.	Plasma.
Chimenea.	Directv.

Habitación

Está equipada con las siguientes facilidades:

Capacidad de 1 a 3 personas.	Directv.
------------------------------	----------

Cabañas:

Está equipada con las siguientes facilidades:

Capacidad de 1 a 2 personas.	Plasma.
Chimenea.	Directv.

Suite:

Está equipada con las siguientes facilidades:

Capacidad de 1 a 4 personas.	Balcón privado.
Chimenea.	Directv.
Sala.	

Panorámica:

Está equipada con las siguientes facilidades:

Capacidad de 1 a 2 personas.	Balcón frente al lago
Chimenea.	Directv.
Sala.	

Múltiple:

Está equipada con las siguientes facilidades:

Capacidad hasta 7 personas.	Chimenea.
Sala.	Directv.

Junior suite:

Está equipada con las siguientes facilidades:

Capacidad 1 a 2 personas.	Chimenea.
Sala.	Comedor.
Cama Queen.	Plasta Directv.

Familiar:

Está equipada con las siguientes facilidades:

Capacidad hasta 6 personas.	Comedor.
Cama Queen.	2 dormitorios c/u baño privado y tina.

Sala.	Directv.
Chimenea.	

Fuente: Hostería Cabañas del Lago.

Elaborado por: Las Autoras.

3.2.1.2.2 Establecimientos Gastronómicos

Los establecimientos gastronómicos de la zona poseen un variado menú tanto para turistas nacionales como extranjeros, dentro de los cuales se encuentran los siguientes:

3.2.1.2.2.1 Restaurante Puerto Lago

Está diseñado para los gustos más exigentes sobriamente decorado, con motivos indígenas de la zona y motivos marinos, su capacidad es para 150 personas. Dispone de exquisitos platos nacionales e internacionales, bajo las más estrictas normas de higiene y cuidado. Durante el día puede disfrutar de una vista panorámica del lago San Pablo y el Volcán Imbabura. En la noche, puede cenar en un ambiente distinguido y romántico, acompañado por la luz de las velas. En los fines de semana, se disfruta del acompañamiento de romántica música en vivo.¹⁶

3.2.1.2.2.2 Restaurante Cusín

Puede atender a 50 huéspedes, la hacienda posee también un comedor privado con espacio para 12 comensales. Junto al comedor principal se encuentra un bar bien abastecido decorado por una acogedora chimenea y atendido por personal calificado. En el jardín principal de Cusín también se atienden parrilladas y bailes para más de 100 invitados con el acompañamiento de música folklórica y bailable. El Monasterio cuenta con

¹⁶ <http://www.puertolago.com>

un comedor para atender a 70 invitados adicionales, y un área de comedor privado para 10 invitados y también servicio de bar. Para bodas y celebraciones especiales, sus restaurantes pueden atender hasta 200 invitados.¹⁷

3.2.1.2.2.3 Restaurante Cabañas de Lago

Cuenta con tres restaurantes diferentes con cálidos ambientes, su capacidad es para 150 personas y ofrece productos frescos y de calidad con ingredientes 100% naturales, conserva lo tradicional de la deliciosa gastronomía ecuatoriana e incorpora una amplia selección internacional. Y al mismo tiempo proporciona una vista magnífica hacia el majestuoso Lago San Pablo y una atención excepcional.¹⁸

3.2.1.2.3 Equipamiento

El equipamiento es el eje de funcionamiento de la actividad turística moderna, está constituido por empresas o instalaciones que producen un conjunto de servicios de primera necesidad para el turista, como son:

3.2.1.2.3.1 Sucursales Bancarias

San Pablo de Lago cuenta con una Institución de Ahorro y Crédito llamada “Pedro Moncayo Ltda.” la cual obtuvo su personería jurídica mediante Acuerdo Ministerial N° 1951 de 8 de junio de 1964, e inscrita en el Registro General de Cooperativas con número de orden 1126 de 15 de junio de 1964. Es una Cooperativa sin fines de lucro encaminada a satisfacer las

¹⁷ <http://www.haciendacusin.com>

¹⁸ <http://www.cabañasdellago.com>

necesidades financieras y crediticias de los pobladores de la parroquia actualmente se encuentra ubicada diagonal al Parque Central.

3.2.1.2.3.2 Instituciones de Transferencia de Dinero

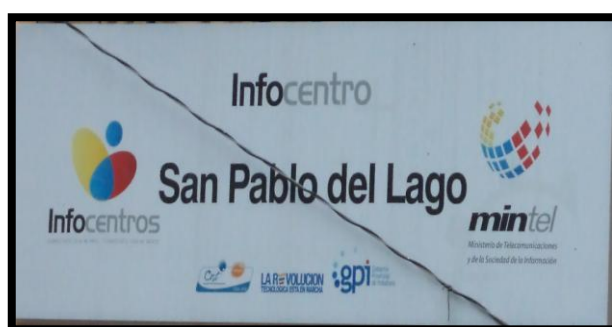
En la actualidad la parroquia cuenta con una Institución de transferencia de Dinero a través del Banco de Guayaquil quien instaló el servicio para el comercio minorista. Se trata del “Banco del Barrio”, un nuevo canal transaccional que consiste en la instalación de un punto de atención en un negocio no bancario, como: Farmacias, Tienda de abarrotes o locutorios en zonas urbanas y rurales. Los clientes podrán realizar con sus cuentas de Ahorro y Corrientes: Depósitos en efectivo de hasta \$200, Retiros de hasta \$100 y Consultas de Saldos. Así mismo realizar los Pagos de Servicios Básicos como agua, Luz y teléfono.

3.2.1.2.3.3 Puntos De Auxilio

En cuanto a la asistencia de auxilio se encuentran varios servicios y dependencias públicas en la parroquia está presente el Ministerio de Salud, a través del Sub Centro denominado “San Pablo” que da atención médica a los habitantes de la misma, además cuenta con la presencia del Ministerio de Gobierno pues existe la Tenencia Política, el Departamento de Policía y el Registro Civil.

3.2.1.2.4 Servicios de Comunicación

Las facilidades de comunicación disponibles con las que cuenta San Pablo del Lago para los turistas son alrededor de 8 locales de cabinas telefónicas y 4 centros de internet ubicados a lo largo del Parque Central, una oficina de telefonía pública de CNT y un infocentro comunitario que garantiza el acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC).



3.2.1.2.4.1 Áreas de Recreación

San Pablo del Lago cuenta con atractivas áreas de recreación donde los turistas podrán realizar diversas actividades, recorridos, expediciones, tener contacto con la naturaleza y disfrutar del libre esparcimiento.

La Hostería Puerto Lago pone a disposición del público las siguientes facilidades de recreación:

- Botes a pedal.
- Botes a remo.
- Crucero motorizado “Fiesta lago”.
- Esquí acuático.
- Cancha de tenis.
- Cancha de vóley.
- Cancha de indor futbol.
- Juegos infantiles al aire libre para sus niños.
- Amplios espacios verdes y hermosos jardines para su deleite.
- Salón de juegos con mesa de billar, mesa para naipes, futbolín, TV con pantalla gigante.
- Servicio de coctelería.
- En las cercanías, puede realizar actividades como paseos a caballo, juego de minigolf, visita al parque acuático, etc.

La Hostería Hacienda Cusín pone a disposición del público las siguientes facilidades de recreación:

- Salón de juegos, billar, dardos, ping-pong.
- Juegos de mesa.
- Cabalgatas.
- Masajes.
- Ciclismo en montaña.

La Hostería Cabañas del Lago pone a disposición del público las siguientes facilidades de recreación:

- Crucero Tutayana.
- Mini Golf.
- Deportes acuáticos.
- Canchas de indor fútbol y voleibol.
- Fogata con marshmallows al palo.
- Presentaciones de grupos folklóricos y danza de la zona.

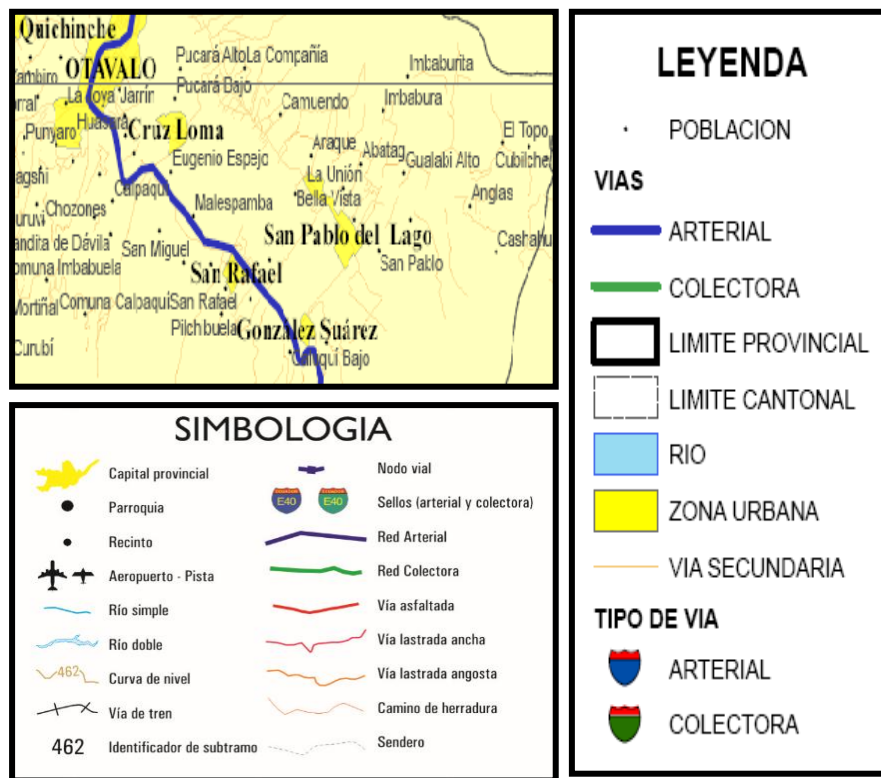
3.2.1.3 Accesibilidad

Uno de los puntos de mayor importancia para desarrollar la actividad turística es precisamente la accesibilidad, contar con una infraestructura vial de primer orden es prioritario al igual que un adecuado transporte tanto privado como público y una señalización adecuada que permita un recorrido satisfactorio para el turista.

3.2.1.3.1 Vías

La red arterial o principal que recorre nuestra ruta es la Panamericana Norte que comunica a Quito con diversos destinos y específicamente con la provincia de Imbabura, pero el acceso hacia la parroquia de San Pablo del Lago cuenta únicamente con vías secundarias, asfaltadas y lastradas sin embargo estas se encuentran en mal estado y sin un mantenimiento periódico por parte de las entidades gubernamentales y además existen vías que requieren ser

aperturadas para brindar el acceso de los pobladores y turistas a los centros productivos de la zona.



3.2.1.3.2 Transporte

Para el acceso a la comunidad existen tres cooperativas de transportes, la primera es la cooperativa Imbaburapak que recorre la vía antigua desde Ibarra, San Antonio de Ibarra hasta San pablo sale cada media hora. La segunda es la cooperativa de transporte Otavalo que va desde Ibarra – Otavalo cada diez minutos y de Otavalo a San Pablo, Casco Valenzuela, el Topo y Angla cada

hora y la otra ruta va desde Otavalo, San pablo hasta Imbaburita, Cocha loma existen tres turnos en el día, uno a seis y treinta de la mañana, el segundo a la una de la tarde y el tercero a las 6 de la tarde y la tercera es la cooperativa Los Lagos, que recorre Otavalo hasta San Pablo sale cada media hora. Además existe el servicio de taxis, camionetas y transporte de carga pesada.

3.2.1.3.3 Señalización



La señalización vehicular como turística a lo largo de la Panamericana Norte está en perfecto estado, pero desde la entrada hacia la parroquia de San Pablo por Gonzales no existe ningún tipo de señalización tanto para el ingreso a la parroquia como en su interior para la movilización de los turistas. Se necesita el apoyo del Estado o la gestión de la Junta Parroquial para mejorar la situación de este importante lugar turístico.

3.2.1.4 Oferta de Servicios Complementarios

Los servicios complementarios son aquellos que satisfacen directa e indirectamente las necesidades de los turistas en nuestro caso las agencias de viaje juegan un papel importante en el desarrollo, crecimiento y expansión del turismo a nivel nacional.

3.2.1.4.1 Operadora de turismo

Las operadoras de turismo que ofrecen servicios de viaje hacia San Pablo del Lago provienen de Quito y Otavalo las mismas que organizan tours locales así

como venta de pasajes aéreos nacionales e internacionales. Estas agencias ofrecen varios productos turísticos y circuitos que permiten visitar los principales atractivos del sector.

3.2.2 DEMANDA TURÍSTICA

Mediante la realización de un análisis de la demanda turística en el Ecuador podremos identificar la cantidad de turistas nacionales y extranjeros que visitan los diversos atractivos que posee nuestro país. Para ello iniciaremos con la determinación de la demanda histórica a nivel internacional y nacional (Quito) que se dirigen a Otavalo, luego conoceremos la demanda en la provincia de Imbabura, cantón Otavalo para culminar con la determinación de la demanda en la Parroquia de San Pablo de Lago, que es nuestro objeto de estudio.

Marco conceptual:

- **Turismo emisor:** Son los habitantes o ciudadanos de un país que viajan a otro país.
- **Turismo interno:** este tipo de turismo se da cuando los residentes del país viajan únicamente dentro de ese mismo país.
- **Turismo Receptivo:** Son los no-residentes de un país que viajan dentro de ese mismo país.
- **Turismo Interior:** Se refiere al turismo interno y receptivo.
- **Turismo Nacional:** Comprende el turismo interno u emisor.
- **Turismo Internacional:** Está determinado por el turismo receptivo y emisor.

3.2.2.1 Perfil del Turista

Para determinar el perfil del turista, es necesario dividir el mercado turístico en segmentos, estableciendo que variables de segmentación utilizar, para ello será necesario evaluar en qué grado, los posibles productos o servicios ofertados podrán satisfacer las necesidades de los turistas potenciales. Con

éste propósito se desarrollan perfiles de los segmentos de mercado, en los cuales se describen las similitudes que poseen los turistas potenciales de cada segmento y las diferencias entre personas de diversos segmentos

CUADRO N°10. CRITERIOS PARA LA SEGMENTACIÓN DE MERCADOS DE CONSUMIDORES- PRESELECCIÓN DE VARIABLES DE SEGMENTACIÓN

CRITERIO DE SEGMENTACIÓN	POSIBLES SEGMENTOS
GEOGRÁFICA	
Región	Costa, sierra, oriente, insular.
Urbana o rural	Urbana, suburbana, rural.
DEMOGRÁFICA	
Ingreso	Menos de, más de.
Edad	Menos de, más de.
Género	Masculino, femenino.
Ciclo vital de la familia	Joven soltero o soltera, casado o casada, con hijos o sin hijos, etc.
Ocupación	Profesional, gerente ventas, estudiante, ama de casa, desempleado, etc.
Origen étnico	Americano, africano, asiático, europeo, australiano, etc.
PSICOGRÁFICA	
Personalidad	Ambicioso, confiado, agresivo, introvertido, extrovertido, sociable, etc.
Estilos de vida	Actividades, intereses, opiniones.
POR COMPORTAMIENTO	
Beneficios deseados	Precio, calidad, vida útil, etc.
Tasa de uso	No usuarios, usuarios esporádicos, usuarios constantes.

Fuente: STANTON, J. William, ETZEL, Michael, WALKER, Bruce; Fundamentos de Marketing; Mac Graw Hill, Interamericana Editores S.A13ª: Edición, México D.F. 2004. Pág. 172.

Elaborado por: Las Autoras.

Una vez analizadas las posibles variables de segmentación determinamos los siguientes perfiles orientados al turista nacional y extranjero:

- **Perfil del turista nacional:** Hombres, mujeres, familias, procedentes de la zona urbana de todas las regiones del país, con poder adquisitivo medio, que gusten del ecoturismo, la naturaleza, las costumbres y cultura de una nación, el deporte y aventura, así como participar de experiencias con la comunidad de determinada zona turística con el fin de obtener un alto grado de diversión y recreación.
- **Perfil del turista extranjero:** Hombres o mujeres mayores de edad y no mayores de 60 años, procedentes de varios países a nivel mundial; con poder adquisitivo y que gusten del ecoturismo, la naturaleza, las costumbres y cultura de una nación, el deporte y aventura, así como participar de experiencias con la comunidad de determinada zona turística con el fin de obtener un alto grado de diversión y recreación.

3.2.2.2 Motivaciones Turísticas

Induce a las personas a planificar un viaje cuyo motivo es conocer una nueva alternativa turística movido por los diversos atractivos que puede poseer determinada zona o lugar. Podemos distinguir tres tipos de motivaciones:

3.2.2.2.1 Motivación Recreativa

Se basan en el descanso y entretenimiento de los turistas por medio de atractivos naturales y distinguiendo entre:

- Motivación deportiva.
- Motivación de aventura.
- Motivación de sol y playa.
- Motivación ratera.
- Motivación campestre.
- Motivación interpersonal.
- Motivación de salud.

3.2.2.2.2 Motivación Cultural

El grupo está compuesto por todas aquellas causas de viaje, que están relacionadas con las manifestaciones y expresiones que las sociedades han ido desarrollando lo largo de un proceso histórico. El turista tiene como objeto participar en los elementos culturales que se han ido transmitiendo a lo largo del tiempo por costumbre y tradición y donde distinguimos:

- Turismo religioso
- Turismo festivo

3.2.2.2.3 Motivación Profesional

Son las relacionadas con el ámbito laboral de las personas y que normalmente están condicionadas distinguimos:

- Motivación comercial o de negocios.
- Motivación de congresos.
- Motivación educativa o formativa.
- Motivación de incentivos.

3.2.2.3 DEMANDA TURÍSTICA INTERNACIONAL

“El número de llegadas de extranjeros al Ecuador se ha incrementado notablemente desde el año 2004; en el año 2.008 se registraron cerca de 1.005.297 llegadas. Alrededor del 48% de éstas llegadas son por motivo de turismo, aproximadamente 484.911 son turistas que llegan anualmente al Ecuador”.¹⁹ Ecuador muestra un desempeño variable en las llegadas de turistas internacionales. Sin embargo, muestra una mejora positiva en los niveles de ingresos por turismo internacional, año a año. Debe entenderse que

¹⁹ Estimaciones del Ministerio de Turismo. Sondeo 2010

se apunta a un turista de alto consumo, abriéndose un nicho para el Ecuador bajo un modelo de turismo sostenible. “Este diagnóstico considera las principales estadísticas disponibles en el sector turístico. Revisando la evolución en el comportamiento de las llegadas de turistas internacionales al Ecuador, tomando como base el año 2000, se observa que el turismo ha ido en aumento cada año.” ²⁰

CUADRO Nº 11. LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES						
	Año completo			Cuota	09/08	10/09
	2008	2009	2010*	2010*		
	(millones)			%	(%)	(%)
MUNDO	913	877	935	100	-4,0	6,7
Economías avanzadas	489	468	494	52,8	-4,3	5,5
Economías emergentes	424	409	442	47,2	-3,5	8,0
Por regiones de la OMT:						
Europa	480,8	456,9	472,7	50,5	-4,9	3,4
Europa del Norte	56,4	53,4	53,3	5,7	-5,5	-0,1
Europa Occidental	153,2	148,6	155,7	16,6	-3,0	4,8
Eur. Central/Oriental	100,0	89,9	94,0	10,1	-9,9	4,3
Eur.Meridional/Medit	171,2	165,1	169,6	18,1	-3,6	2,7
Asia y el Pacífico	184,1	181,0	203,8	21,8	-1,7	12,6
Asia del Nordeste	101,0	98,1	111,6	11,9	-2,9	13,8
Asia del Sudeste	61,8	62,1	69,6	7,4	0,5	12,1
Oceanía	11,1	10,9	11,6	1,2	-1,6	6,0
Asia Meridional	10,3	9,9	11,0	1,2	-3,4	10,9
Américas	147,8	140,5	150,4	16,1	-4,9	7,1
América del Norte	97,7	92,1	98,7	10,6	-5,8	7,2
El Caribe	20,1	19,5	20,2	2,2	-2,7	3,6
América Central	8,2	7,6	7,9	0,8	-7,4	3,8
América del Sur	21,8	21,3	23,6	2,5	-2,2	10,7
África	44,4	45,8	48,8	5,2	3,4	6,4
África del Norte	17,1	17,6	18,7	2,0	2,5	6,2
África Subsahariana	27,2	28,2	30,2	3,2	3,9	6,5
Oriente Medio	55,9	52,7	59,7	6,4	-6,4	14,2

Fuente: OMT febrero de 2011.

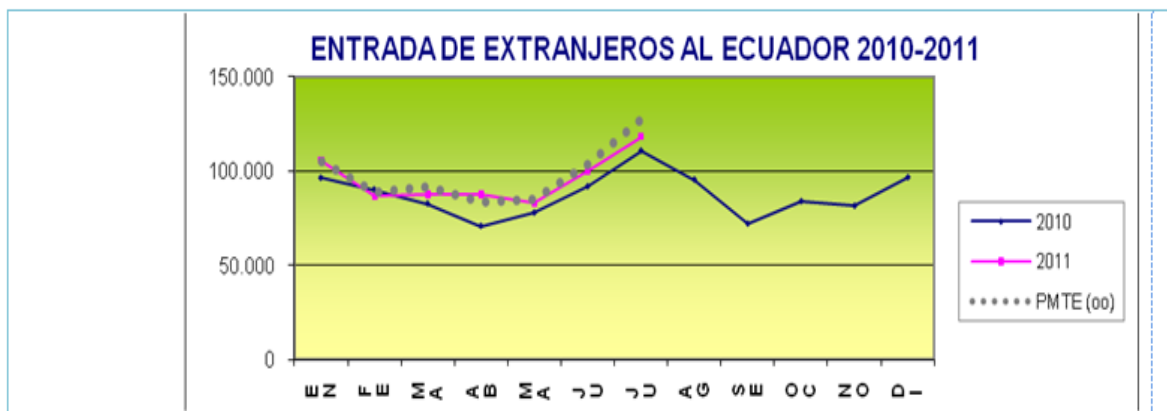
Elaborado por: Las Autoras.

²⁰ <http://www.pnud.org.ec/odm/planes/plandetur.pdf>

CUADRO Nº 12. ENTRADAS EXTRANJEROS EN ECUADOR (2007 – 2011)

DATOS PROVISIONALES PARA EL AÑO 2011

	2007	2008	2009	2010	2011	VAR%
						2011/2010
ENE	84.070	92.378	86.544	96.109	105.541	9,81
FEB	69.534	74.174	72.742	89.924	86.424	-3,89
MAR	74.929	77.946	72.226	82.452	87.486	6,11
ABR	67.788	67.557	72.910	70.540	87.509	24,06
MAY	68.583	74.667	70.277	77.618	82.811	6,69
JUN	85.769	89.262	89.889	91.602	99.944	9,11
JUL	101.088	109.250	102.571	110.545	117.997	6,74
Sub total	551.761	585.234	567.159	618.790	667.712	7,91
AGO	91.309	96.336	87.221	95.219		
SEP	64.966	73.757	68.124	71.776		
OCT	72.365	79.814	77.960	83.701		
NOV	73.273	83.458	76.965	81.253		
DIC	83.813	86.698	91.070	96.359		
TOTAL	937.487	1.005.297	968.499	1.047.098		



Fuente: MINTUR Dirección de Planificación Sectorial y Seguridad Turística, Anuarios de Migración Internacional - INEC (2007-2009-2010)

Elaborado por: Las Autoras

Durante el mes de julio del 2011 se han registrado un total de 117.997 arribos que comparado con el mes de julio de 2010 representa un aumento de 7.452 arribos de extranjeros (6,74%), el cual se explica principalmente por el incremento dentro de los mercados clave de los arribos de nacionalidad colombiana, de 18.836 en julio de 2010 a 28.667 en julio de 2011, es decir

9.831 arribos (+52%). Es importante señalar la disminución de los arribos acumulados del mercado peruano que han disminuido en 4.307 arribos, es decir un -4,7% con relación a los arribos acumulados a julio del año anterior. El total de arribos desde los mercados clave representa un 69% del total de arribos del mes de julio. En conclusión el número de turistas que visitaron nuestro país en el año 2010 fueron: 1.047.098,00.

CUADRO N° 13.

EVOLUCIÓN DEL TURISMO RECEPTOR AÑOS 2004-2010

ARRIBOS INTERNACIONALES A ECUADOR 2004-2010							
INDICADOR	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Arribos	818927	859888	840555	937487	1005297	968499	1046968*
Variación Anual		5,00%	-2,20%	11,50%	7,20%	3,70%	8,10%
TACC				4,20%			
*Dato provisional							
Fuente: Dirección Nacional de Migración. Anuario Estadísticas anuales							

Los arribos internacionales a Ecuador del 2004 al 2010 se presentan incrementos y decrementos siendo en el 2010 el porcentaje más alto de la historia y representa un incremento del 8,1% con respecto al año anterior. A continuación se detalla el arribo a Ecuador por principales Países Emisores:

CUADRO N°14.

ARRIBOS A ECUADOR POR PRINCIPALES PAÍSES EMISORES

PAÍS	ARRIBOS 2010	%
EE.UU.	249062	23,7888837
Colombia	203914	19,476622
Perú	154184	14,7267156
España	50920	4,86356794
Venezuela	31558	3,01422775
Argentina	30648	2,9273101
Chile	28473	2,71956736

Cuba	26994	2,5783023
Alemania	25010	2,38880271
Canadá	23865	2,2794393
Otros países	214231	20,462039
Total	1046968	100

Fuente: Dirección de Migración Policía Nacional 2010.

Elaborado por: Las Autoras.

Los países con mayor porcentaje de arribos a Ecuador son: E.E.U.U, Colombia y Perú y en menor proporción: Cuba, Alemania, Canadá, entre otros.

3.2.2.4 DEMANDA TURÍSTICA NACIONAL

Ecuador es un país rico en recursos naturales y culturales por ende es uno de los principales destinos turísticos de preferencia por turistas locales y regionales.

3.2.2.4.1 Diagnóstico general del Turismo en Ecuador

CUADRO Nº 15.

INGRESO DE TURISTAS POR UBICACIÓN DE ENTRADA

CIUDADES	VÍA AEREA		VÍA TERRESTRE		VÍA MARÍTIMA	
Carchi	0	0%	116124	31,43%	0	0%
Cotopaxi	36	0%	0	0%	0	0%
El Oro	0	0%	220650	59,73%	394	3%
Esmeraldas	5066	0,36%	0	0%	1702	13%
Guayas	583459	41,49%	0	0%	2084	16%
Loja	0	0%	29761	8,06%	0	0%
Manabí	836	0,06%	0	0%	7999	62%
Pichincha	817015	58,09%	0	0%	0	0%
Zamora Chinchipe	0	0%	12	0%	0	0%
Galápagos	0	0%	0	0%	766	6%
Sucumbíos	0	0%	2746	0,74%	0	0%
Orellana	0	0%	141	0,04%	0	0%

Fuente: MINTUR, Anuarios de Migración Internacional - INEC (2007-2009-2010).

Elaborado por: Las Autoras.


La mayor cantidad de arribos fueron identificados en Pichincha, Quito, la capital con un 58.09% y en Guayas, Guayaquil, Puerto Principal con el 41.49% ²¹

De acuerdo a información estadística proporcionada por el Ministerio de Turismo a continuación se detalla los principales destinos turísticos preferidos por los turistas procedentes del extranjero:

- Ecuador, con sus islas “Galápagos”, se encuentra entre el “top 10” de parques Nacionales del mundo.
- Los principales destinos visitados por los no residentes son: Quito (41,0%), Guayaquil (20,4%), Galápagos (6,7%), Cuenca (4,5%), Machala (3,1%), Salinas (1,9%), Otavalo (1,8%), Ibarra (1,6%), Manta (1,4%), Esmeraldas (1,3%), Montañita (1,3%), Baños de Agua Santa (1,2%) respecto al total de encuestados.

De acuerdo al Ministerio de Turismo, a continuación detallamos las principales motivaciones del turista a la hora de escoger un destino turístico:

CUADRO Nº16. PRINCIPALES MOTIVACIONES

Principales motivaciones.			
MOTIVACIÓN	%		
DIVERSIÓN/RECREACIÓN	48,70%		
VISITA A FAMILIA, AMIGOS	33,08%		
RICE	10,22%		
ESTUDIOS	6,05%		
TRATAMIENTOS DE SALUD	1,17%		
COMPRAS O SERVICIOS PERSONALES	0,33%		
OTROS	0,23%		
NS/NC	0,21%		
		SUBLINEA	%
		turismo cultural	21,01%
		ecoturismo y naturaleza	14,96%
		turismo de deporte y aventura	6,38%
		sol y playa	4,95%
		otros diversión y recreación	1,15%
		turismo de cruceros	0,02%
		turismo comunitario	0,23%

“Las motivaciones principales para el turismo receptor son: turismo cultural, en un 21,01%; ecoturismo y naturaleza, en un 14,96%; y turismo de deporte y aventura, en un 6,38%.”²²

²¹ Euromonitor Internacional

3.2.2.4.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

“El Distrito Metropolitano de Quito está localizado en la Sierra Norte del Ecuador en la provincia de Pichincha, situada en la zona central norte de la Cordillera de los Andes, la provincia tiene un área de 1.358.100 hectáreas, de las cuales el Distrito Metropolitano comprende más de 290.746 hectáreas, incluyendo a la ciudad de Quito propiamente dicha así como a 24 parroquias suburbanas y rurales que rodean al núcleo urbano. Dentro de esta región metropolitana ampliamente definida, la zona urbanizada cubre 37.091 hectáreas, que constituyen el área urbana de Quito propiamente dicha, rodeada por aproximadamente 253.655 hectáreas.²³ En cuanto a los datos demográficos éstos se pueden apreciar en el cuadro, el DMQ es un cantón netamente urbano, el 75.87% de la población se localiza en el área urbana de la ciudad. Corresponde, aproximadamente, el mismo porcentaje la cantidad de viviendas urbanas.

CUADRO Nº 17.
DATOS ESTADISTICOS DEL DMQ

UBICACIÓN	Superficie Ha. (sin considerar el Area de protección ecológica)	POBLACIÓN			Densidad Demográfica Hab./Ha.	Tasa del Crecimiento Demográfico 1990-2001 (%)	Incremento %
		Censo 1990	Censo 2001	Viviendas 2001			
Quito urbano	19.135,9	1.105.526	1.397.698	419.477	73	2,2	26,4
Disperso Urbano	-	24.535	13.897	4.409	-	-5,0	-43,4
Suburbano	390.332,1	258.439	430.606	132.742	1	4,8	66,6
TOTAL DISTRITO	409.468,0	1.388.500	1.842.201	556.628	4	2,6	32,7

Fuente: Población Urbana de Quito censo 2001

Elaborado por: Las Autoras.

²² MINTUR 2010

²³ MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Quito se encuentra formado por 33 Parroquias urbanas y 32 suburbanas. La superficie de las urbanas es considerablemente menor en relación a las otras; sin embargo, son las que albergan más cantidad de habitantes, lo que produce una diferencia de 73 a 1 en lo relativo a la densidad.

El ingreso personal promedio mensual entre el 10% más pobre es 26.6 dólares y entre el 10% más rico el promedio es de 549.89 dólares al mes. De la población en edad de trabajar, el 56% tiene alguna ocupación.

El perfil laboral de la PEA, se divide de la siguiente manera: el 70% está vinculada al sector servicios y comercio, el 22% al sector manufacturero, el 7% al sector primario. El 50% de la PEA se dedica al trabajo informal. De acuerdo al PGDT5 las principales características de la situación actual del DMQ, se resumen en los siguientes puntos:

- Disminución en el ritmo de crecimiento poblacional.
- Diversificación de la base económica.
- Disgregación social e identidad ciudadana heterogénea.
- Afectación de la sustentabilidad del Distrito ante el deterioro ambiental.
- Crecimiento expansivo desequilibrado.
- Inaccesibilidad y falta de transporte.
- Insuficiente dotación de vivienda y de condiciones básicas de habitabilidad.

3.2.2.4.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA INTERNA DE LA RUTA

La ciudad de Otavalo es un punto estratégico para la demanda turística nacional. Recibe un promedio de 250.000 visitantes (turistas y no turistas) al año. El 25% de visitantes que llegan al Ecuador visitan Otavalo, de éste grupo la mayoría son extranjeros (67%) y un importante grupo son turistas nacionales (33%).

El total de visitantes estimados que llegan por mes son 18.000, lo que significa que durante una semana llegan aproximadamente 4.500 personas. El turismo interno es una importante fuente de ingresos para el cantón, del total de turistas extranjeros el 8,1% visita Otavalo y se estima que de este porcentaje el 99.9% visitan San Pablo de Lago constituyendo un importante segmento del mercado y un potencial a ser desarrollado. La Parroquia no posee información estadística anual ni de ningún tipo por lo que allí se estima según el número de turistas que visitan las hosterías.

CUADRO Nº 18.
DESTINO DE PREFERENCIA

CANTÓN O CIUDAD	% DE PREFERENCIA
Atuntaqui	0.02%
Cotacachi	0,12%
Ibarra	1,61%
Otavalo	1,80%
TOTAL	3,53%

Fuente: MINTUR Ministerio de Turismo.

Elaborado por: Las Autoras.

El 3,55% de los encuestados informaron que su destino principal de su viaje al Ecuador son destinos de la ciudad de Imbabura, siendo los principales Ibarra y Otavalo, los turistas que visitaron Otavalo en el año 2010 fueron: 18.845,00. En el cantón Otavalo estas preferencias se dan especialmente en:

CUADRO Nº19.
PREFERENCIAS EN OTAVALO

OTAVALO	51,02%
CONVENCIONES/CONGRESOS	2,72%
DIVERSIÓN/RECREACIÓN	20,41%
ECOTURISMO Y NATURALEZA	5,44%
OTROS	1,36%
TURISMO COMUNITARIO	0,68%
TURISMO CULTURAL	9,52%
TURISMO DE DEPORTES Y AVENTURA	3,40%

ESTUDIOS/APRENDER ESPAÑOL	2,
NEGOCIOS	2,04%
VISITA A AMIGOS	0,68%
VISITA A FAMILIA, PARIENTES	19,05,%
VOLUNTARIADO	4,08%
TOTAL GENERAL	100,00%

Fuente: Estudio de Marca y Hábitos del Turista no residente en el Ecuador julio 2010.
Elaborado por: Las Autoras.

3.2.3 Tabulación y análisis de la encuesta

Las encuestas fueron aplicadas a los habitantes de la ciudad de Quito ya que es el principal destino visitado por los no residentes, para adquirir información sobre la demanda turística en la parroquia de San Pablo del Lago, Cantón Otavalo ya que “la mayoría de turistas que visitan Otavalo pasan por San Pablo”²⁴.

Lo realizamos en 4 fines de semana del mes de octubre del año 2011, en varios centros comerciales del norte y sur de la ciudad, así como en los terminales norte y sur debido a que estos lugares son los más frecuentados por turistas nacionales y extranjeros.

Las encuestas fueron realizadas a 114 personas aleatoriamente tomando en cuenta a los turistas que llegan a Otavalo que equivalen a 18.845 personas debido a que son nuestro mercado meta.

De los resultados de la encuesta se desprende que el 41,2% de las personas tienen entre 18 y 25; el 51,81% están entre los 26 y 39 años mientras que el 7% tiene entre 45 y 57 años de edad cumplidos, del total de estas personas el 54,39% son mujeres y el 45,61% restantes son hombres.

Un alto porcentaje de las personas encuestas son nacionales y apenas el 22,81% corresponde a extranjeros entre ellos la mayoría son de nacionalidad

²⁴ Casa del Turista, MUNICIPIO DE OTAVALO.

Colombiana, seguidas del Salvador y en un menor porcentaje son de Estados Unidos y la India.

La mayoría de estas personas tiene un nivel de instrucción alto un poco más del 50% y apenas el 1,75% alcanzo el nivel de post-grado.

Cálculo del tamaño de muestra

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{e^2 * N + Z^2 * P * Q}$$

Donde:

Z^2 = Grado de confianza al cuadrado.

$Z = 1,96$

P = Grado de ocurrencia.

$P = 0,95$

Q = Grado de no ocurrencia.

$Q = 0,05$

e^2 = Error al cuadrado.

$e = 0,04$

N = Tamaño del universo.

$N = 18,845.00$

$$n = 114$$

2.2.1.4.4.2 Análisis de la encuesta

SECCIÓN 1: CARACTERÍSTICAS GENERALES

1. ¿CUÁNTOS AÑOS CUMPLIDOS TIENE?

CUADRO N°20.

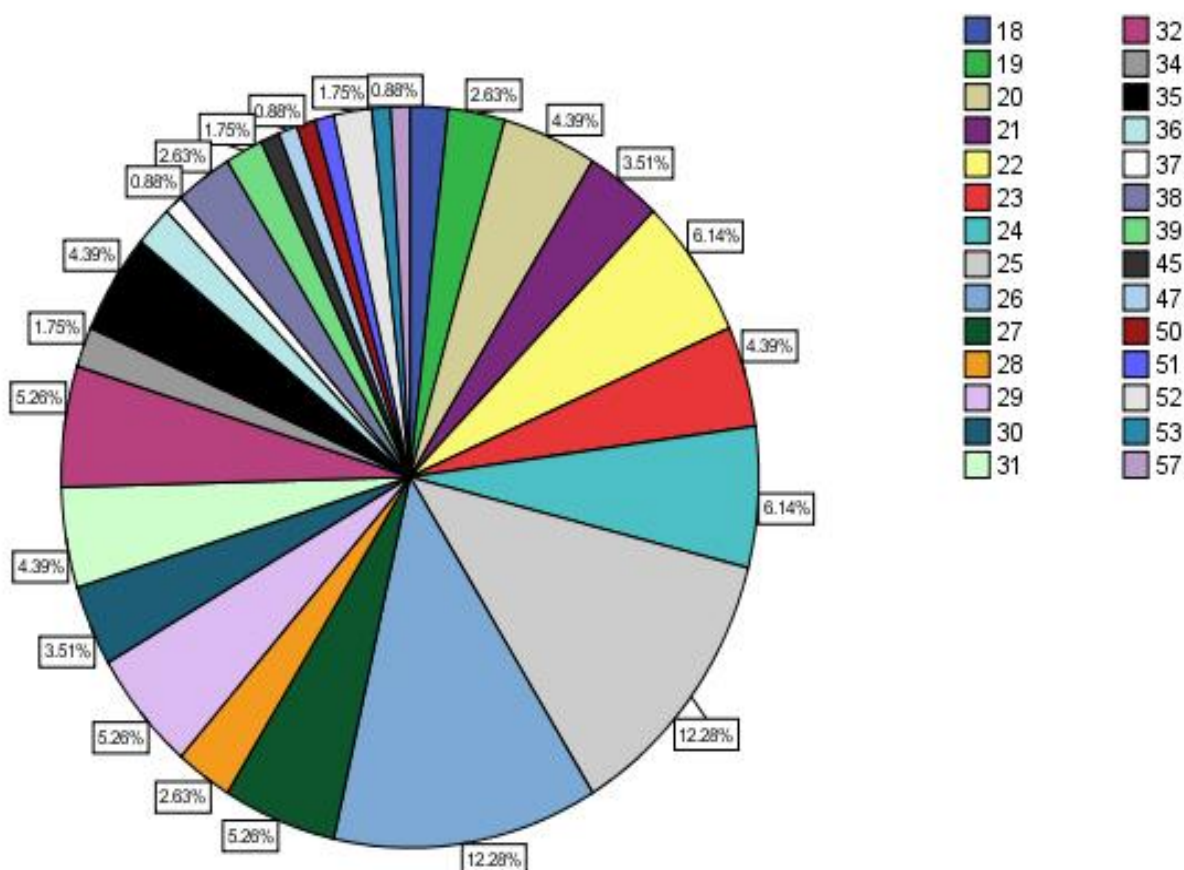
		Frecuencia	Porcentaje válido ²⁵	Porcentaje acumulado ²⁶
Válidos	18	2	1,8	1,8
	19	3	2,6	4,4
	20	5	4,4	8,8
	21	4	3,5	12,3
	22	7	6,1	18,4
	23	5	4,4	22,8
	24	7	6,1	28,9
	25	14	12,3	41,2
	26	14	12,3	53,5
	27	6	5,3	58,8
	28	3	2,6	61,4
	29	6	5,3	66,7
	30	4	3,5	70,2
	31	5	4,4	74,6
	32	6	5,3	79,8
	34	2	1,8	81,6
	35	5	4,4	86,0
	36	2	1,8	87,7
	37	1	,9	88,6
	38	3	2,6	91,2
	39	2	1,8	93,0
	45	1	,9	93,9
	47	1	,9	94,7
	50	1	,9	95,6
	51	1	,9	96,5
	52	2	1,8	98,2
	53	1	,9	99,1
	57	1	,9	100,0
Total		114	100,0	

²⁵ El porcentaje valido representa el resultado de dividir la frecuencia de la categoría sobre el número total de valores validos.

²⁶ *Porcentaje acumulado* es el resultado de la suma del porcentaje valido de las diferentes categorías de la variable.

GRÁFICO Nº 2

¿CUÁNTOS AÑOS CUMPLIDOS TIENE?



FUENTE: TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

De la investigación realizada en la pregunta número uno de la sección Características generales, se desprende que el 41,2% de las personas encuestadas tienen entre 18 y 25 años cumplidos al momento de la realización de la encuesta, el 51,81% tienen entre 26 y 39 años, mientras que el restante 7% tiene entre 45 y 57 años de edad cumplidos entre los principales. La frecuencia más repetitiva está entre hombres y mujeres de 25 y 26 años.

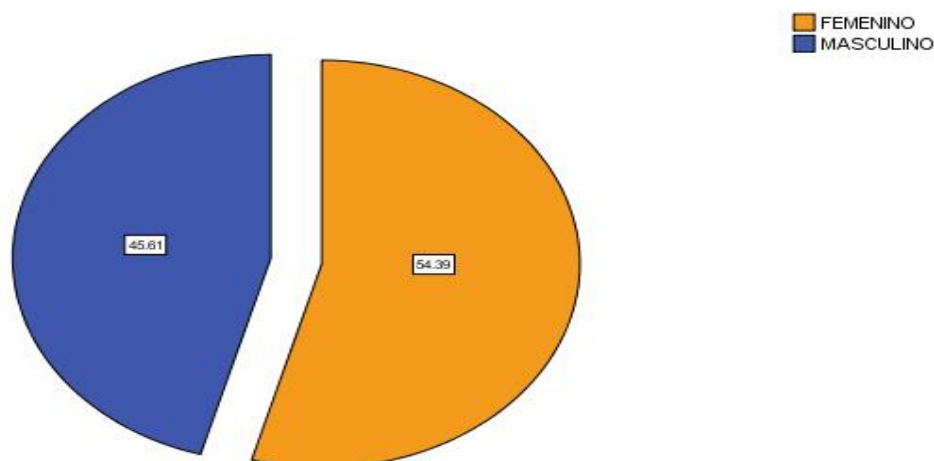
2. GÉNERO

CUADRO N°21.

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	FEMENINO	62	54,4	54,4
	MASCULINO	52	45,6	100,0
	Total	114	100,0	

GRÁFICO N° 3

GÉNERO



FUENTE: TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

De la investigación realizada en la pregunta número dos de la sección 1 Características generales, se desprende que 62 personas equivalentes al 54,39% de los encuestados corresponden al género femenino y, el 45,61% es decir 52 encuestados son de género masculino.

3. LUGAR DE PROCEDENCIA

CUADRO N°22.

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NACIONAL	88	77,2	77,2
	EXTRANJERO	26	22,8	100,0
	Total	114	100,0	

GRÁFICO N° 4



FUENTE: TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

De la investigación realizada en la pregunta número tres de la sección1 Características generales, se desprende que un alto porcentaje 77,19% de las personas encuestadas son nacionales y, el 22,81% corresponden a extranjeros.

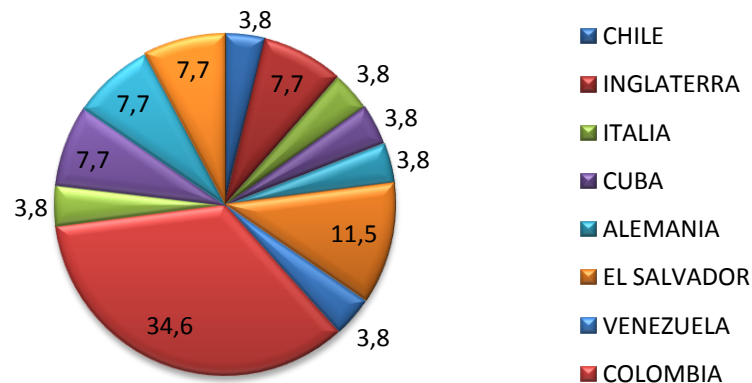
4. PAIS DE ORIGEN

CUADRO Nº23.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	CHILE	1	3,8	3,8
	INGLATERRA	2	7,7	11,5
	ITALIA	1	3,8	15,4
	CUBA	1	3,8	19,2
	ALEMANIA	1	3,8	23,1
	EL SALVADOR	3	11,5	34,6
	VENEZUELA	1	3,8	38,5
	COLOMBIA	9	34,6	73,1
	CHINA	1	3,8	76,9
	EE.UU.	2	7,7	84,6
	INDIA	2	7,7	92,3
	FRANCIA	2	7,7	100,0
	Total	26	100,0	
Perdidos		88		
Total		114		

GRÁFICO Nº 5

PAIS DE ORIGEN



FUENTE: TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

De la investigación realizada en la pregunta número cuatro de la sección Características generales, se desprende que el 34,62% de las personas encuestadas son de nacionalidad colombiana, el 11,54% son de El Salvador; el 7,69% son franceses, ingleses, estadounidenses y la india entre los principales. Con respecto a los datos perdidos la información que arroja se refiere a los datos de los encuestados de origen nacional.

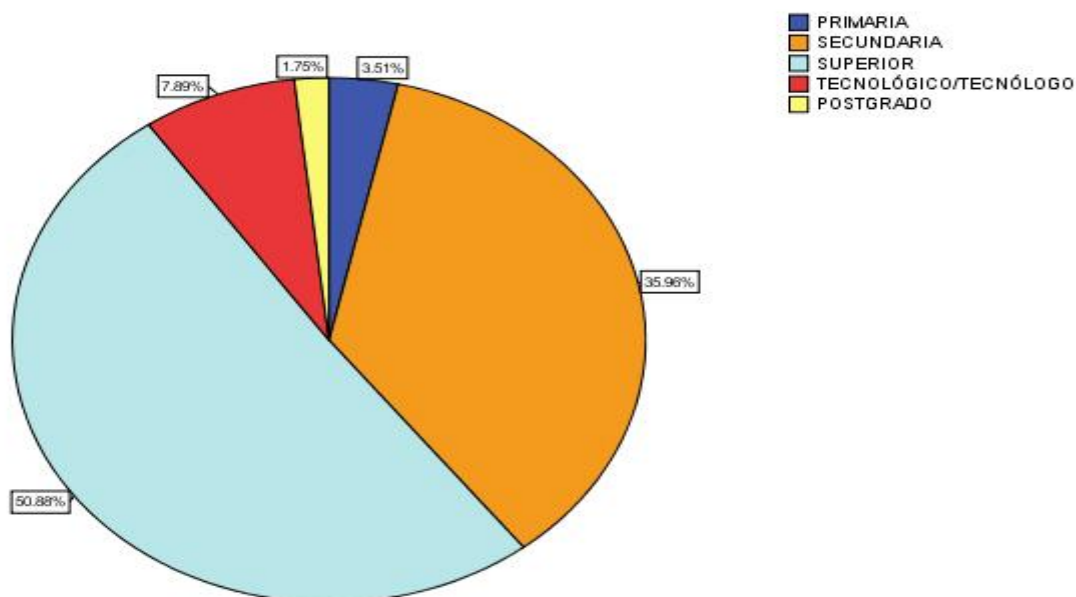
5. NIVEL DE INSTRUCCIÓN

CUADRO Nº24

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	PRIMARIA	4	3,5	3,5
	SECUNDARIA	41	36,0	39,5
	SUPERIOR	58	50,9	90,4
	TECNOLÓGICO/TECNÓL OGO	9	7,9	98,2
	POSTGRADO	2	1,8	100,0
	Total	114	100,0	

GRÁFICO Nº 6

NIVEL DE INSTRUCCIÓN



FUENTE: TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

De la investigación realizada en la pregunta número cinco de la sección Características generales, correspondiente a Nivel de Instrucción se desprende que el 50,88% de las personas encuestadas tienen instrucción superior, el 35,96% terminaron la secundaria y apenas el 1,75% alcanzó el nivel de postgrado al momento de la realización de la encuesta entre los principales.

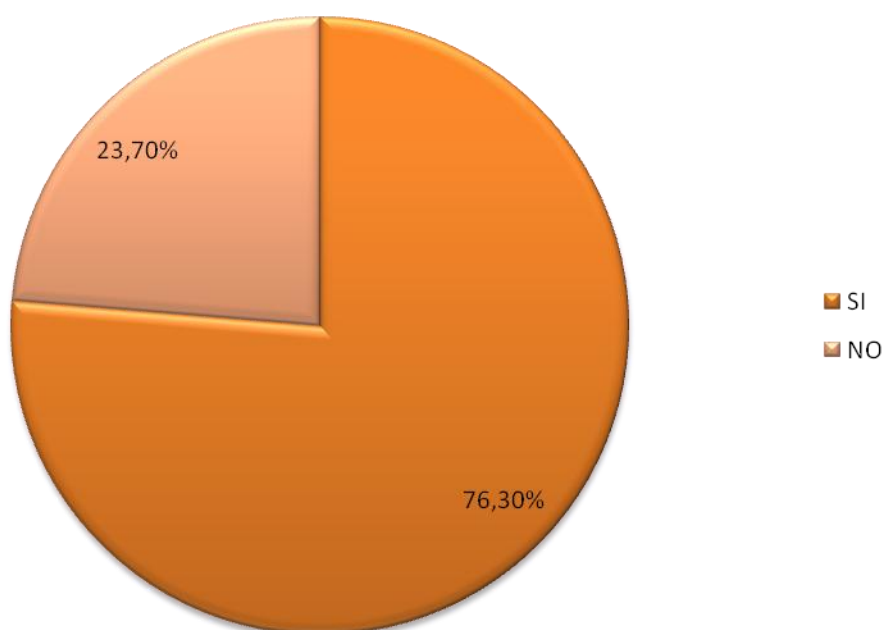
6. ¿SE ENCUENTRA TRABAJANDO ACTUALMENTE?

CUADRO Nº25

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	87	76,3	76,3
	NO	27	23,7	100,0
	Total	114	100,0	

GRÁFICO Nº 7

¿SE ENCUENTRA TRABAJANDO ACTUALMENTE?



FUENTE: TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

De la investigación realizada en la pregunta número seis de la sección1 Características generales correspondiente a si trabaja o no actualmente, se desprende que el 76,32% de las personas encuestadas tienen un trabajo al momento de la realización de la encuesta y, el 23,71% no lo hacen por diversos motivos.

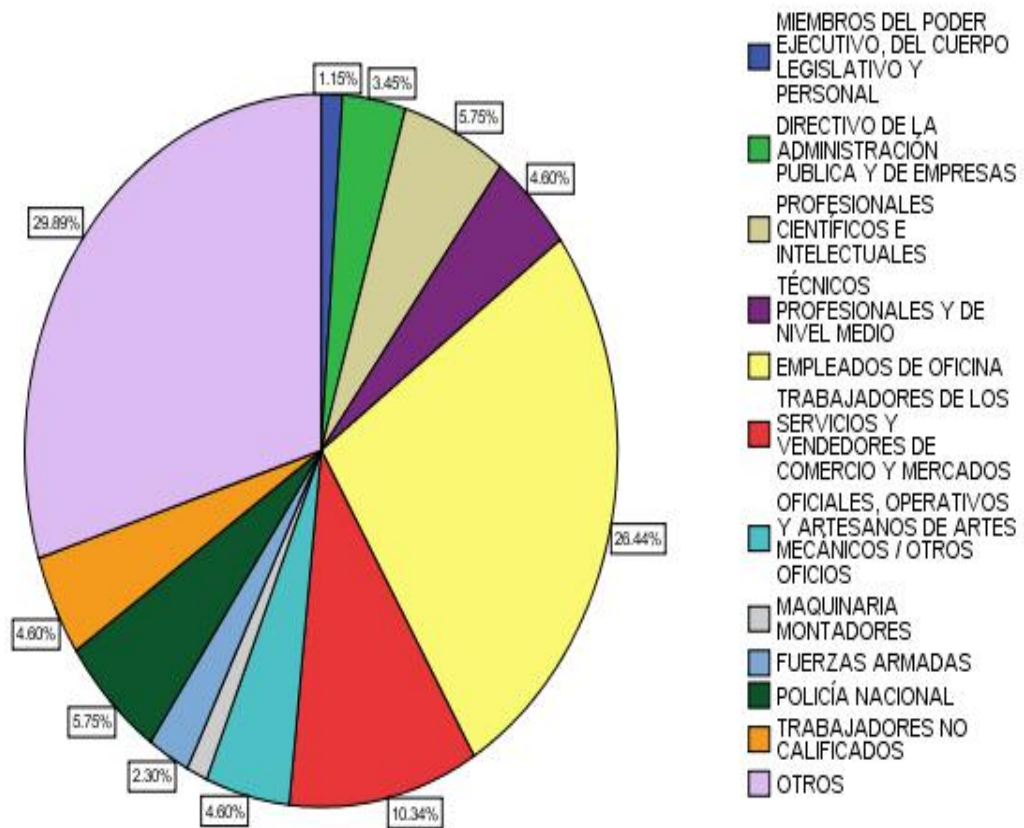
7. PROFESIÓN

CUADRO N°26.

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MIEMBROS DEL PODER EJECUTIVO, DEL CUERPO LEGISLATIVO Y PERSONAL DIRECTIVO DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y DE EMPRESAS PROFESIONALES CIENTÍFICOS E INTELECTUALES TÉCNICOS PROFESIONALES Y DE NIVEL MEDIO EMPLEADOS DE OFICINA TRABAJADORES DE LOS SERVICIOS Y VENDEDORES DE COMERCIO Y MERCADOS OFICIALES, OPERATIVOS Y ARTESANOS DE ARTES MECÁNICOS / OTROS OFICIOS MAQUINARIA MONTADORES FUERZAS ARMADAS POLICÍA NACIONAL TRABAJADORES NO CALIFICADOS OTROS Total	1 3 5 4 23 9 4 1 2 5 4 26 87	1,1 3,4 5,7 4,6 26,4 10,3 4,6 1,1 2,3 5,7 4,6 29,9 100,0	1,1 4,6 10,3 14,9 41,4 51,7 56,3 57,5 59,8 65,5 70,1 100,0
Perdidos	0	27		
Total		114		

GRÁFICO Nº 8

PROFESIÓN



FUENTE: TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

De la investigación realizada en la pregunta número siete de la sección Características generales, correspondiente a Profesión se desprende que el 29,9% de las personas encuestadas corresponden a otras actividades, el 26,44% son empleados de oficina, el 10,34% laboran en servicios y vendedores de comercio-mercados al momento de la realización de la encuesta entre los principales. Los datos perdidos corresponden a las personas que no trabajan al momento de ser encuestadas.

SECCIÓN 2: CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

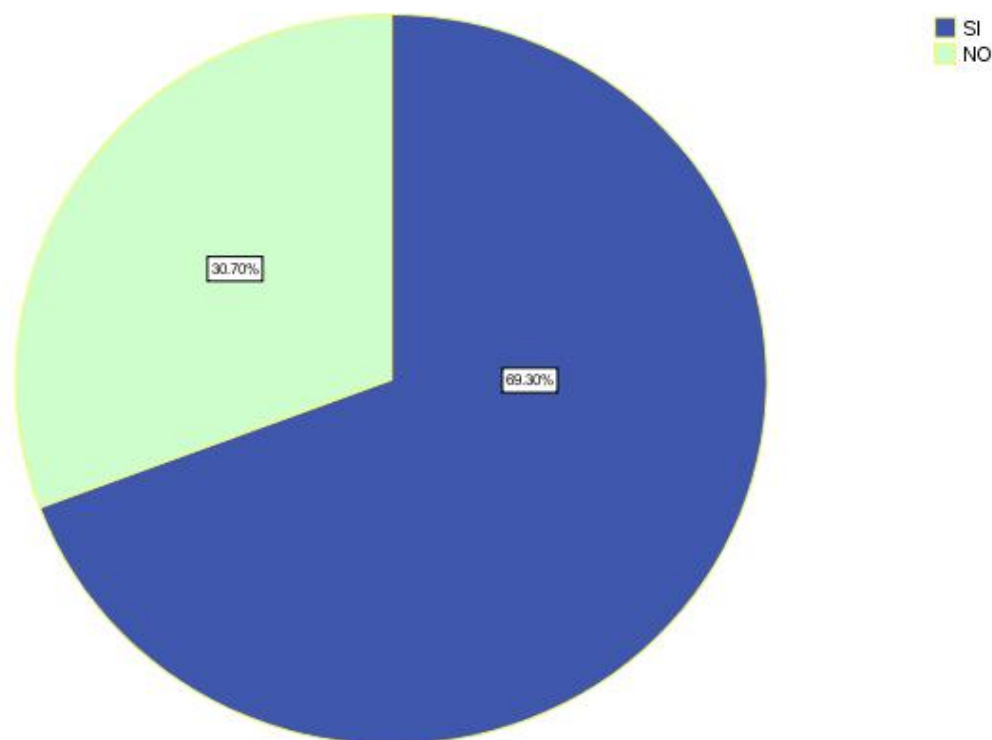
1. ¿CONOCE LA PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO?

CUADRO N°27

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	79	69,3	69,3
	NO	35	30,7	100,0
	Total	114	100,0	

GRÁFICO N° 9

¿CONOCE LA PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO?



FUENTE: TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

De la investigación realizada en la pregunta número uno de la sección Características Socio Demográficas correspondiente a Conoce la parroquia de San Pablo del Lago, se desprende que 79 personas conocen la parroquia y, el 30,70% es decir 35 personas no ha visitado la parroquia.

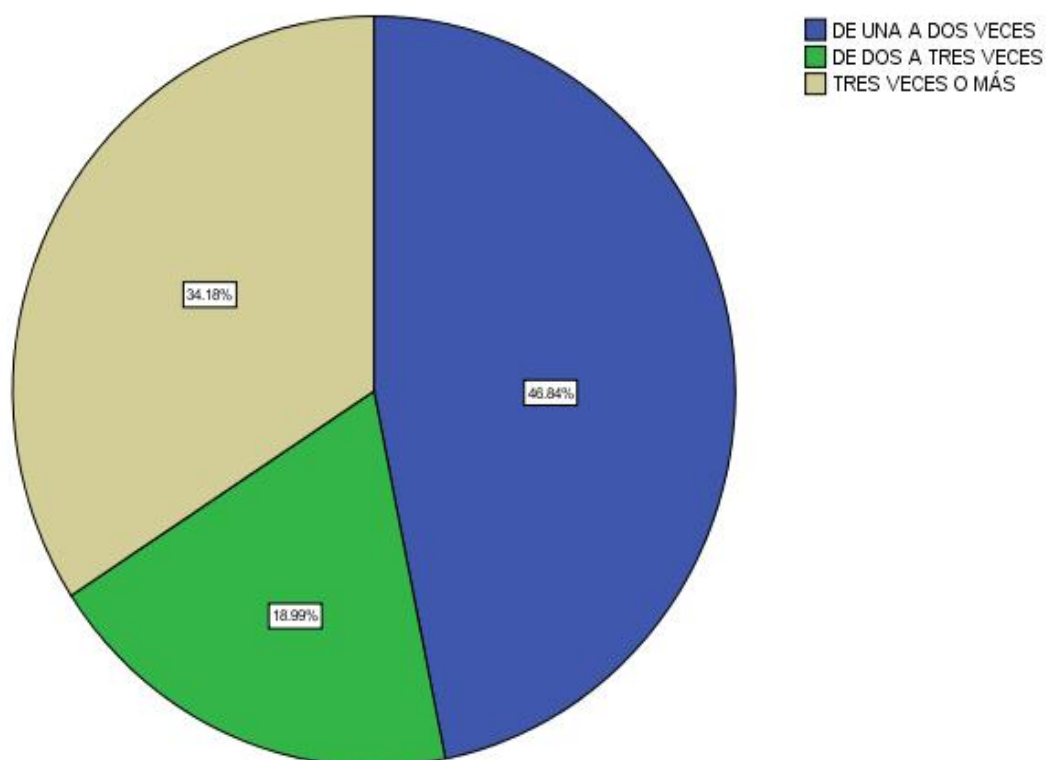
2. ¿CUÁNTAS VECES HA VISITADO LA PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO?

CUADRO Nº28.

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	DE UNA A DOS VECES	37	46,8	46,8
	DE DOS A TRES VECES	15	19,0	65,8
	TRES VECES O MÁS	27	34,2	100,0
	Total	79	100,0	
Perdidos	0	35		
Total		114		

GRÁFICO Nº 10

¿CUÁNTAS VECES HA VISITADO LA PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO?



FUENTE: TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

De la investigación realizada en la pregunta número dos de la sección 2 correspondiente a Características socio demográficas se desprende que el 46,84% visitó la parroquia de una a dos veces, el 18,99% de 2 a 3 veces mientras que el restante 34,18% la visitó 3 veces a más.

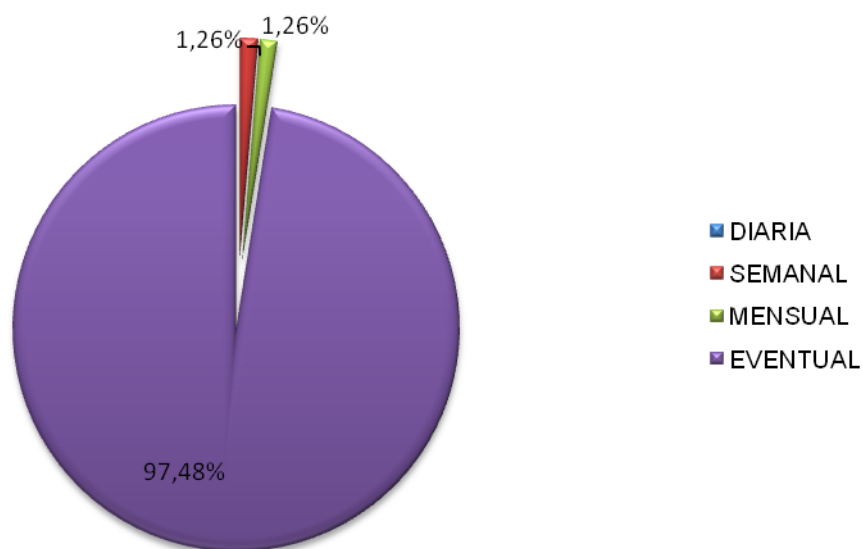
3. ¿CON QUÉ FRECUENCIA VISITA LA PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO?

CUADRO N°29.

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	DIARIA	0	0	0
	SEMANAL	1	1,26	1,26
	MENSUAL	1	1,26	2,52
	EVENTUAL	77	97,48	100,0
	Total	79	100,0	
Perdidos	0	35		
Total		114		

GRÁFICO N° 11

¿CON QUÉ FRECUENCIA VISITA LA PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO?



FUENTE: TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

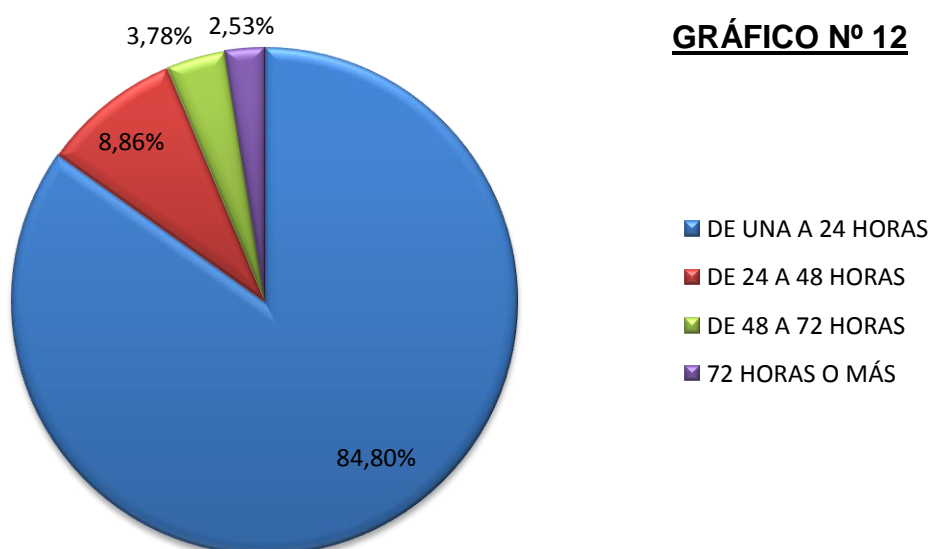
De la investigación realizada en la pregunta número tres de la sección 2 correspondiente a Características socio Demográficas se desprende que el 97,48% visitó la parroquia de forma eventual, el 1,26% de forma mensual y semanal.

4. ¿QUÉ TIEMPO PERMANECIÓ EN LA PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO?

CUADRO N°30

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	DE UNA A 24 HORAS	67	84,8	84,8
	DE 24 A 48 HORAS	7	8,86	93,7
	DE 48 A 72 HORAS	3	3,78	97,5
	72 HORAS O MÁS	2	2,53	100,0
	Total	79	100,0	
Perdidos	0	35		
Total		114		

¿QUÉ TIEMPO PERMANECIÓ EN LA PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO?



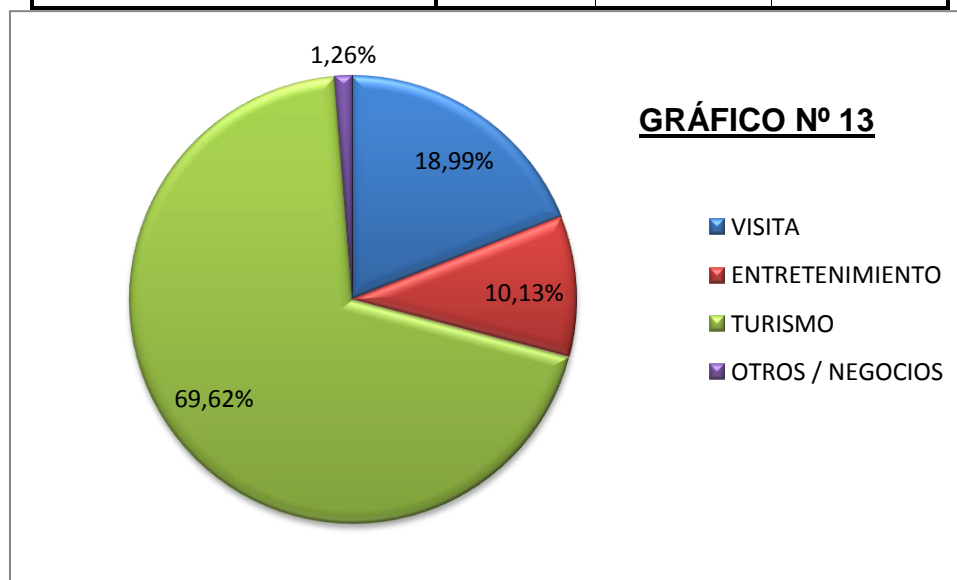
FUENTE: TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

De la investigación realizada en la pregunta número cuatro de la sección 2 correspondiente a Características socio demográficas se desprende que el 84,80% permaneció en la parroquia de una a 24 horas, el 8,86% de 24 a 48 horas y el 3,78% de 48 a 72 horas mientras que apenas el 2,53% lo hizo de 72 horas o más.

5. ¿POR QUÉ MOTIVO VISITÓ LA PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO?

CUADRO N°31.

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	VISITA	15	18,99	18,99
	ENTRETENIMIENTO	8	10,13	29,1
	TURISMO	55	69,62	98,7
	OTROS / NEGOCIOS	1	1,26	100,0
	Total	79	100,0	
Perdidos	0	35		
Total		114		



FUENTE: TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

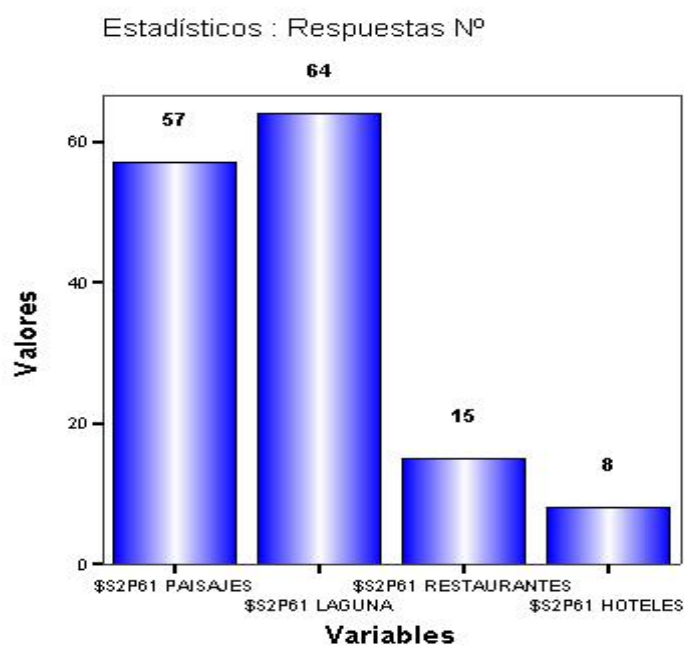
De la investigación realizada en la pregunta número cinco de la sección 2 correspondiente a Características Socio Demográficas se desprende que el 69,62% visitó la parroquia por turismo, el 10,13% lo hizo por Entretenimiento, mientras que el restante 1,26% lo hizo por Negocios.

6. ¿QUÉ FUE LO QUE MÁS LE GUSTÓ EN SU VISITA A LA PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO?

CUADRO N°32.

	Respuestas	
	Nº	Porcentaje
PAISAJES	57	39,6%
LAGUNA	64	44,4%
RESTAURANTES	15	10,4%
HOTELES	8	5,6%
Total	144	100,0%

GRÁFICO N° 14



FUENTE: TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

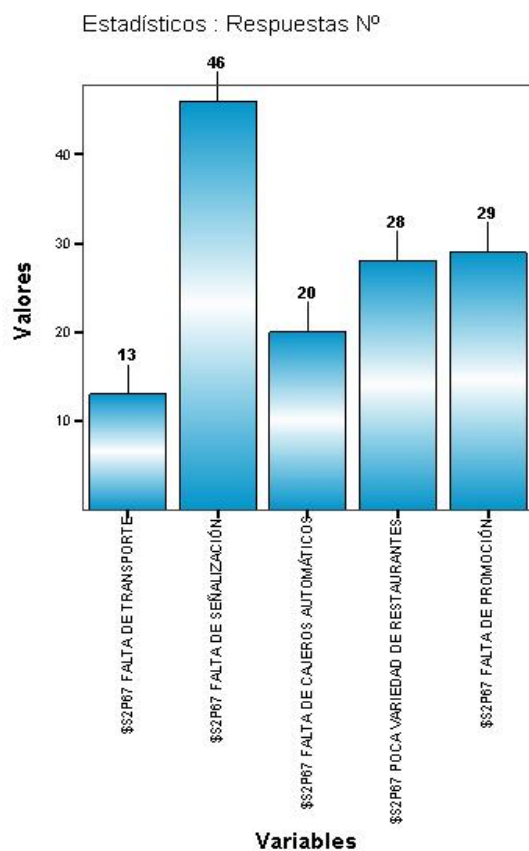
De la investigación realizada en la pregunta número seis de la sección 2 correspondiente a Características socio demográficas se desprende que 57 encuestados se orientan por preferir los paisajes 64 opina que le gusta la laguna, 15 tiene preferencia por los restaurantes que 8 encuestados le agradaron más los hoteles, esto es de la totalidad de los 114 encuestados ya que un mismo turista puede tener diversas preferencias.

7.¿QUÉ PROBLEMAS ENCONTRÓ EN SU VISITA A LA PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO?

CUADRO Nº33

	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
FALTA DE TRANSPORTE	13	9,6%	16,5%
FALTA DE SEÑALIZACIÓN	46	33,8%	58,2%
FALTA DE CAJEROS AUTOMÁTICOS	20	14,7%	25,3%
POCA VARIEDAD DE RESTAURANTES	28	20,6%	35,4%
FALTA DE PROMOCIÓN	29	21,3%	36,7%
Total	136	100,0%	172,2%

GRÁFICO Nº 15



El total de respuestas obtenidas es de 136 de las cuales todos los encuestados escogieron más de una, de las 136 respuestas un encuestado puede responder todas o ninguna. Una persona puede escoger una dos tres o ninguna. 28 personas de los 114 encuestados dijeron encontrar problemas en la variedad de restaurantes, 46 opina que existe una deficiencia en señalización, 29 asegura que no se promociona adecuadamente a la parroquia, mientras que 13 personas opina que hace falta transporte y cajeros automáticos.

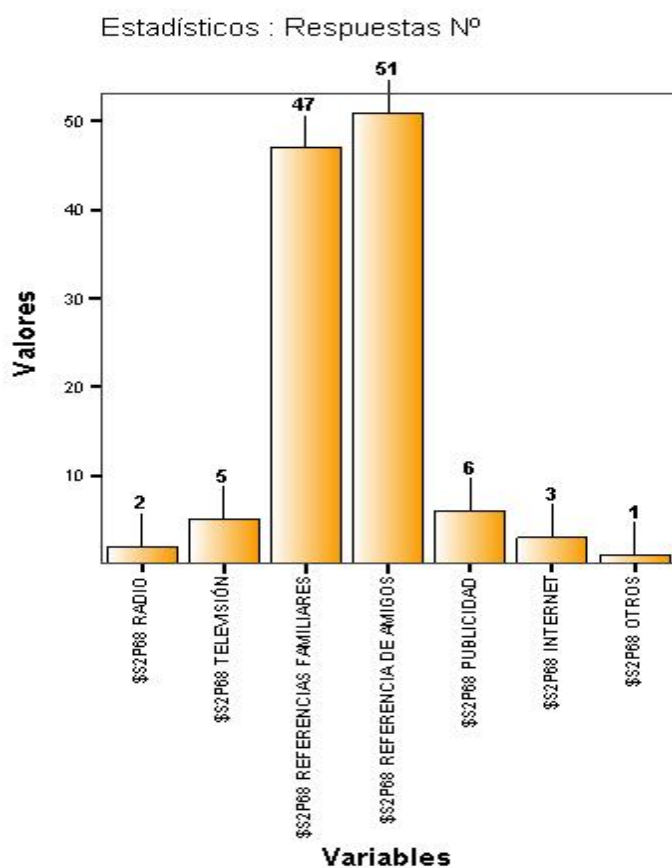
FUENTE: TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

8.¿A TRAVÉS DE QUÉ MEDIOS SE ENTERÓ DE LA EXISTENCIA DE LA PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO?

CUADRO Nº34

	Respuestas	
	Nº	Porcentaje
RADIO	2	1,8%
TELEVISIÓN	5	4,4%
REFERENCIAS FAMILIARES	47	41,2%
REFERENCIA DE AMIGOS	51	44,7%
PUBLICIDAD	5	4,4%
INTERNET	3	2,6%
OTROS	1	,9%
Total	114	100,0%

GRÁFICO Nº 16



De la investigación realizada en la pregunta número ocho de la sección 2 correspondiente a los medios por los cuales se conoce a San Pablo del Lago se desprende que el 44,7% fue por referencia amigos, el 41,2% referencia familiares, el 4,4% por publicidad, y en menor proporción con un 0.9% por otros motivos entre los principales.

FUENTE: TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

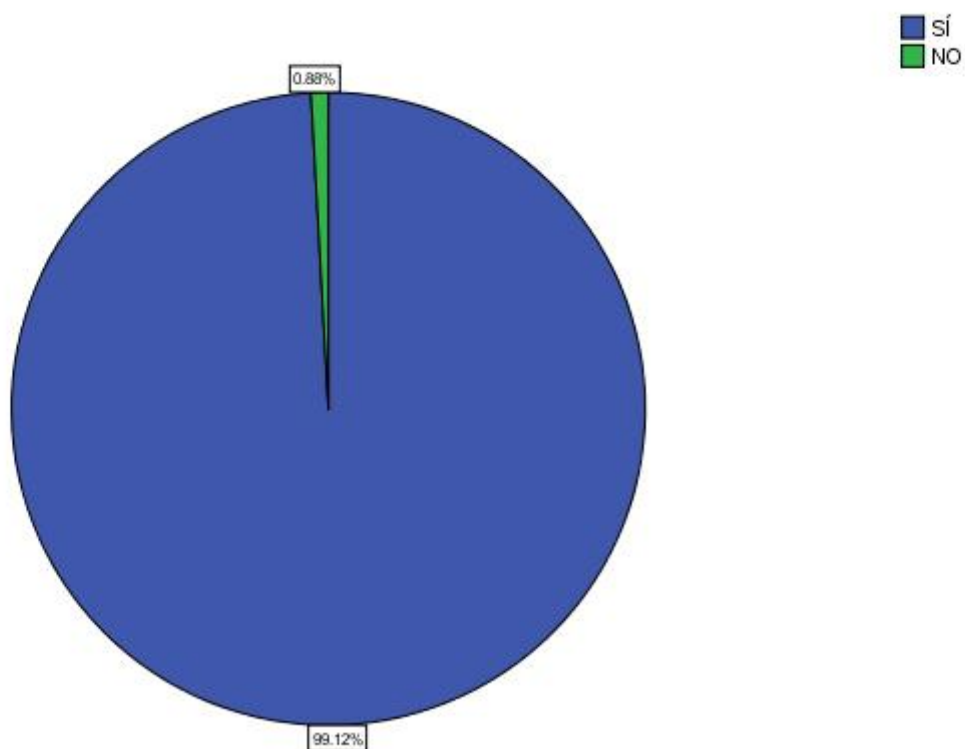
9. ¿LE GUSTARÍA VISITAR NUEVAMENTE LA PARROQUIA SAN PABLO DE LAGO?

CUADRO N°35.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SÍ	113	99,1	99,1	99,1
	NO	1	,9	,9	100,0
	Total	114	100,0	100,0	

GRÁFICO N° 17

¿LE GUSTARÍA VISITAR LA PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO?



FUENTE: TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

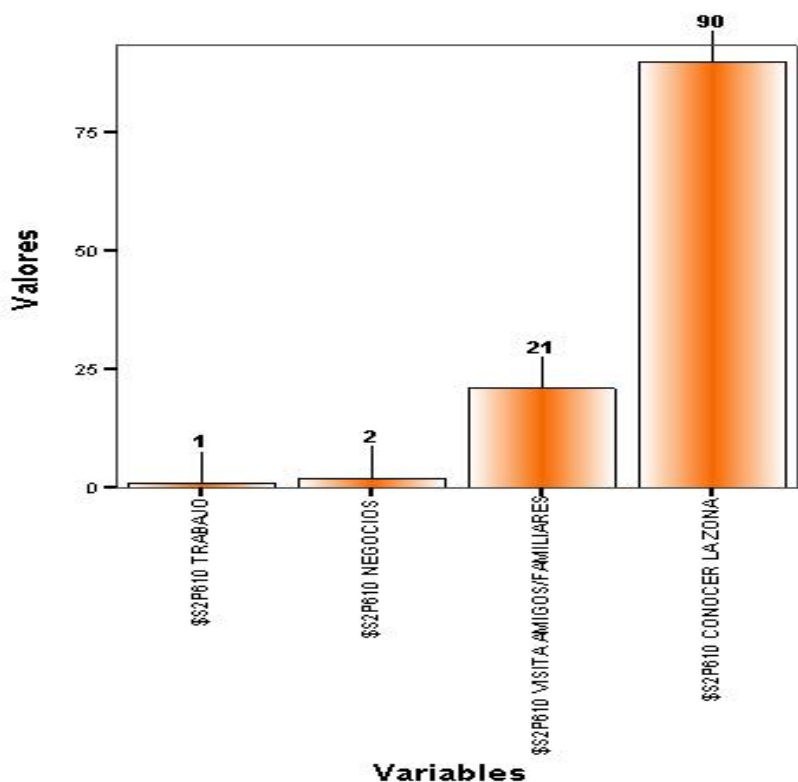
De la investigación realizada en la pregunta número nueve de la sección 2, se desprende que el 99,12% pretenden visitar la parroquia nuevamente, mientras que el 0,88 no desean visitar la parroquia.

10.¿POR QUÉ LE GUSTARÍA VISITAR NUEVAMENTE LA PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO?

CUADRO Nº36

	Respuestas	
	Nº	Porcentaje
TRABAJO	1	,9%
NEGOCIOS	2	1,8%
VISITA AMIGOS/FAMILIARES	21	18,4%
CONOCER LA ZONA	90	78,9%
Total	114	100,0%

GRÁFICO Nº 18



FUENTE: TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

De la investigación realizada en la pregunta número diez de la sección 2 se desprende que el mayor porcentaje 78,9% le gustaría visitar nuevamente la Parroquia de San pablo del Lago por conocer la zona, el 18,4% visita amigos/familiares, el 1,8% por negocios y, en menor proporción con un 0.9% por trabajo.

SECCION 3: PROPENSIÓN A SALIR DE TURISMO

1. ¿EN EL ÚLTIMO AÑO CUÁNTAS VECES SALIÓ DE TURISMO?

CUADRO N°37

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	DE UNA A DOS VECES	58	50,9	51,3	51,3
	DE DOS TRES A CUATRO VECES	40	35,1	35,4	86,7
	DE CINCO VECES Y MÁS	15	13,2	13,3	100,0
	Total	113	99,1	100,0	
Perdidos	0	1	,9		
Total		114	100,0		

¿EN EL ÚLTIMO AÑO CUÁNTAS VECES SALIÓ DE TURISMO?

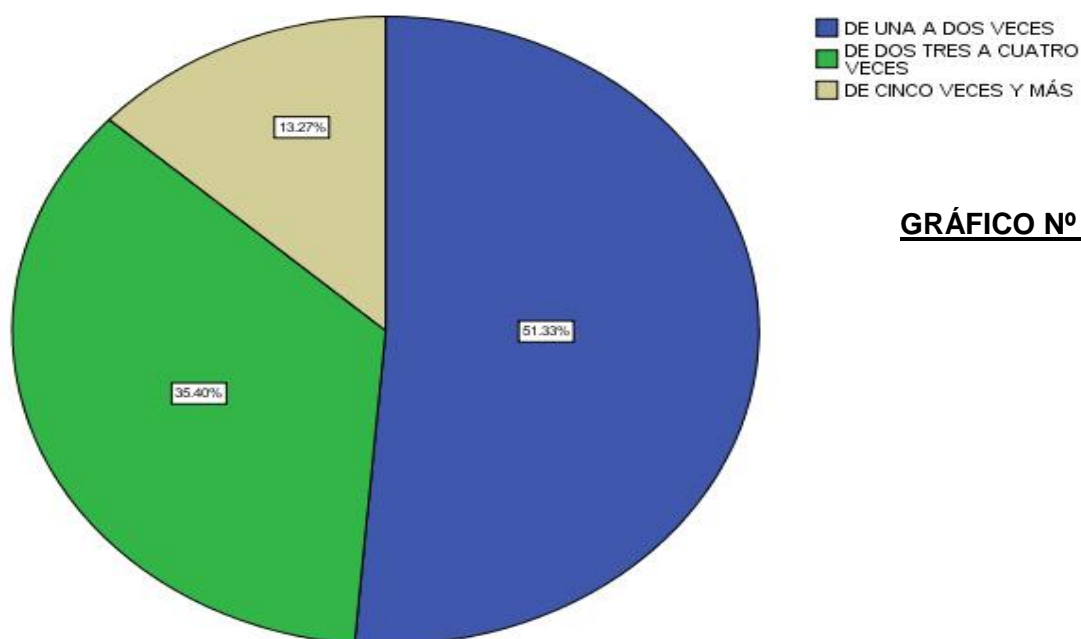


GRÁFICO N° 19

FUENTE: TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

De la investigación realizada en la pregunta número uno de la sección 3 correspondiente a la propensión a salir de turismo se desprende que el 51,33% salió por turismo de una a 2 veces, el 35,40% de 3 a 4 veces, mientras que el 13,27% restante salió 5 veces y más. En cuanto al 0,9% corresponde al encuestado que no desea volver a visitar la parroquia.

2. ¿CUANDO VIAJA POR TURISMO CUÁNTO PERMANECE?

CUADRO N°38

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MENOS DE UN DÍA	30	26,3	26,5	26,5
	UNO DOS DÍAS	47	41,2	41,6	68,1
	DOS TRES DÍAS	13	11,4	11,5	79,6
	TRES CUATRO DÍAS	9	7,9	8,0	87,6
	CINCO Y MÁS DÍAS	14	12,3	12,4	100,0
	Total	113	99,1	100,0	
Perdidos	0	1	,9		
Total		114	100,0		

¿CUANDO VIAJA POR TURISMO CUÁNTO PERMANECE?

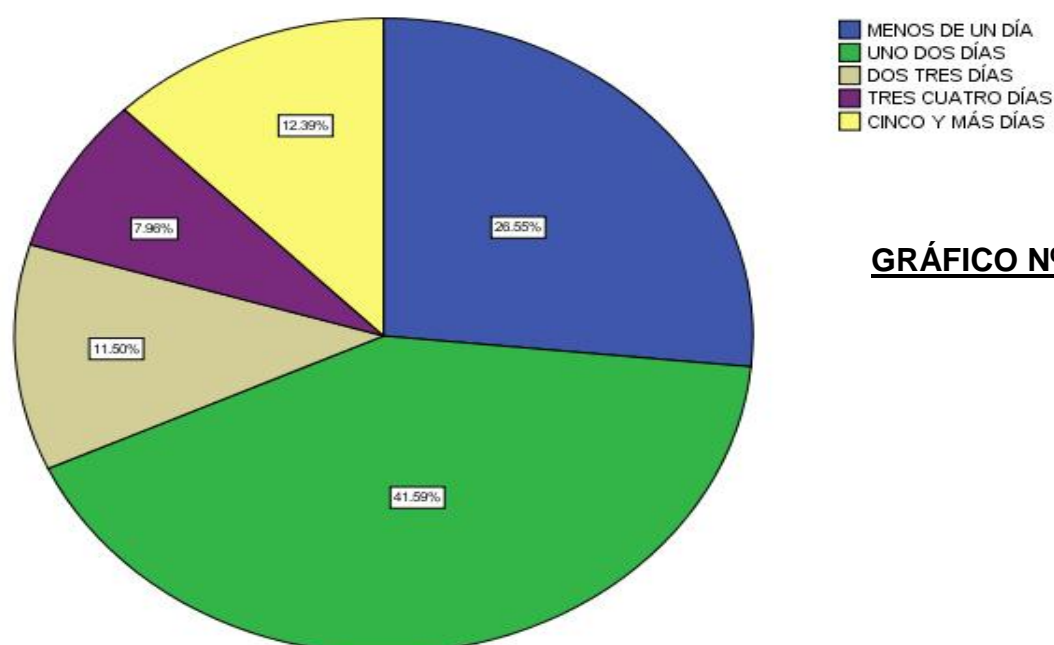


GRÁFICO N° 20

FUENTE: TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

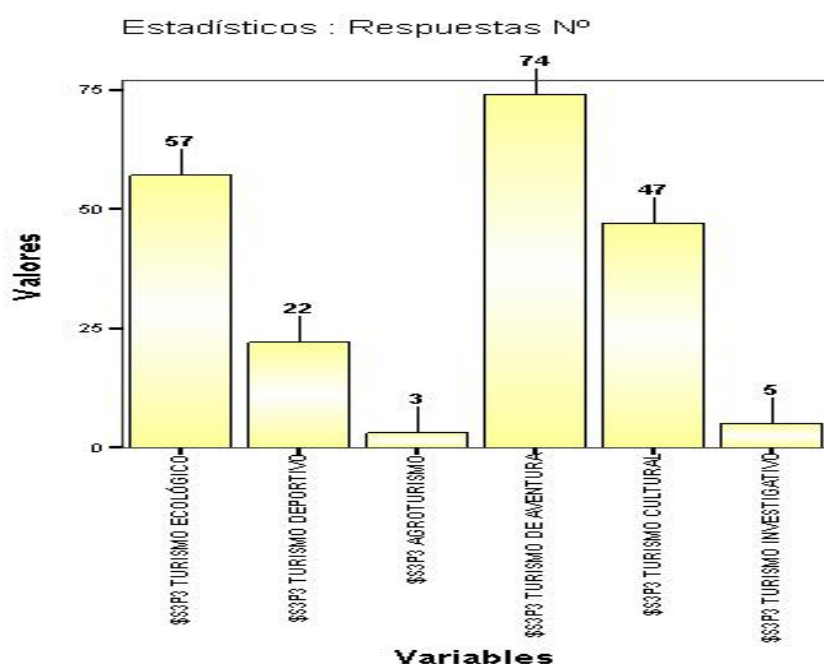
De la investigación realizada en la pregunta número dos de la sección 3 correspondiente a la propensión a salir de turismo se desprende que el 41,59% permanece uno a dos días, el 26,55% lo hace menos de un día y, en menor proporción con un 7,96% subsisten 3 a 4 días entre los principales. En cuanto al 0,9% corresponde al encuestado que no desea volver a visitar la parroquia.

3. ¿QUÉ TIPO DE TURISMO PREFIERE?

CUADRO Nº39

	Respuestas	
	Nº	Porcentaje
TURISMO ECOLÓGICO	57	27,4%
TURISMO DEPORTIVO	22	10,6%
AGROTURISMO	3	1,4%
TURISMO DE AVENTURA	74	35,6%
TURISMO CULTURAL	47	22,6%
TURISMO INVESTIGATIVO	5	2,4%
Total	208	100,0%

GRÁFICO Nº 21



FUENTE: TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

De los encuestados en la pregunta número tres de la sección 3 correspondiente al tipo de turismo preferido se desprende que dentro del 100% de entrevistados el 35,6% goza del turismo de aventura, el 27,4% prefiere el turismo ecológico, el 10,6% se inclina por el turismo deportivo y en menor proporción prefieren al turismo investigativo y agroturismo con un 2,4 y 1,4% respectivamente entre los principales tomando en cuenta que el turista tiene diversas o las mismas preferencias.

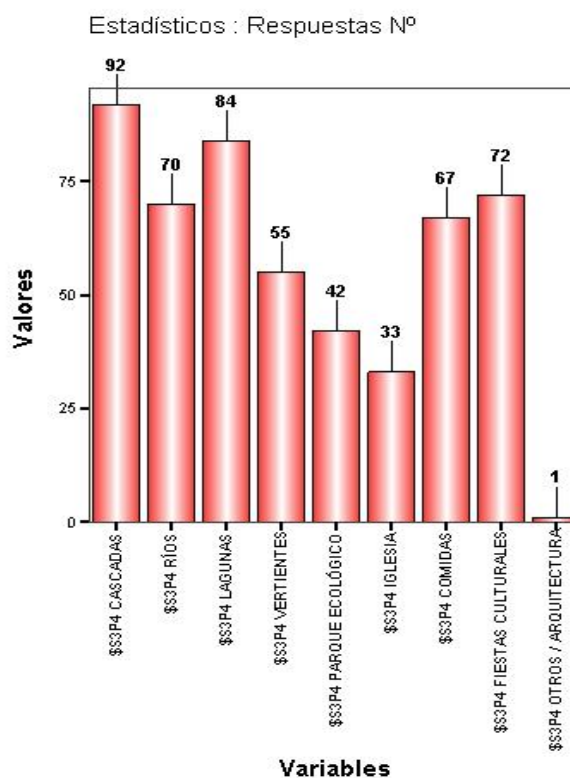
4. ¿QUÉ ATRACTIVOS TURÍSTICOS LE GUSTAN?

CUADRO Nº40

	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
CASCADAS	92	17,8%	81,4%
RÍOS	70	13,6%	61,9%
LAGUNAS	84	16,3%	74,3%
VERTIENTES	55	10,7%	48,7%
PARQUE ECOLÓGICO	42	8,1%	37,2%
IGLESIA	33	6,4%	29,2%
COMIDAS	67	13,0%	59,3%
FIESTAS CULTURALES	72	14,0%	63,7%
OTROS / ARQUITECTURA	1	,2%	,9%
Total	516	100,0%	456,6%

GRÁFICO Nº 22

De la investigación realizada en la pregunta número cuatro de la sección 3 se desprende que el 17,8% prefiere las cascadas, el 16,3% le agrada las lagunas, el 13,6% se inclina por los ríos, mientras que en menor proporción con un 0,2% prefieren al turismo arqueológico. De la totalidad de encuestados se obtuvo 516 respuestas tomado en cuenta las respuestas de los entrevistados frente a una pregunta de opción múltiple.



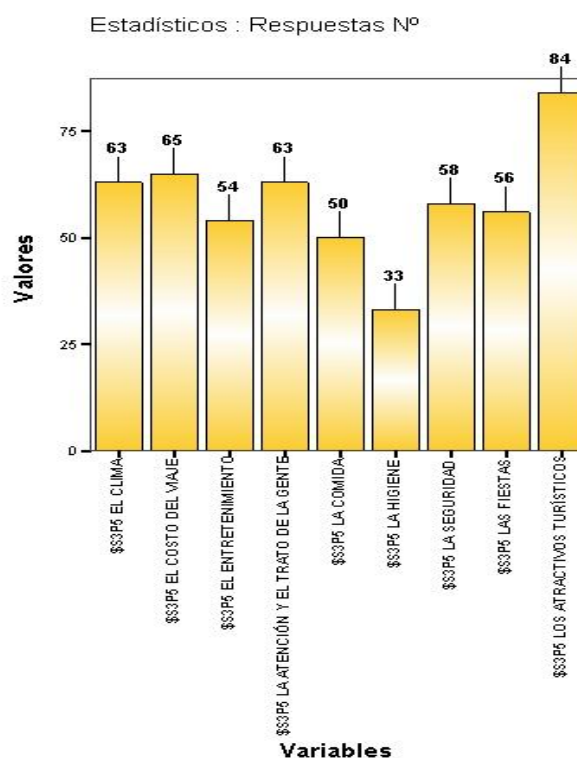
5. ¿QUÉ FACTORES CONSIDERA USTED, PARA DECIDIR A DÓNDE SALIR DE TURISMO?

CUADRO Nº41

	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
EL CLIMA	63	12,0%	56,3%
EL COSTO DEL VIAJE	65	12,4%	58,0%
EL ENTRETENIMIENTO	54	10,3%	48,2%
LA ATENCIÓN Y EL TRATO DE LA GENTE	63	12,0%	56,3%
LA COMIDA	50	9,5%	44,6%
LA HIGIENE	33	6,3%	29,5%
LA SEGURIDAD	58	11,0%	51,8%
LAS FIESTAS	56	10,6%	50,0%
LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS	84	16,0%	75,0%
Total	526	100,0%	469,6%

GRÁFICO Nº 23

De la investigación realizada a 113 personas en la pregunta número 5 de la sección 3 correspondiente a los factores que se toman en cuenta para salir se obtuvo 526 respuestas de las cuales el 12,4% viaja tomando en cuenta el costo del viaje, el 12% lo hace inclinándose por el clima y atención a la gente mientras que en menor proporción con un 6,3% lo hace tomando en cuenta la higiene.



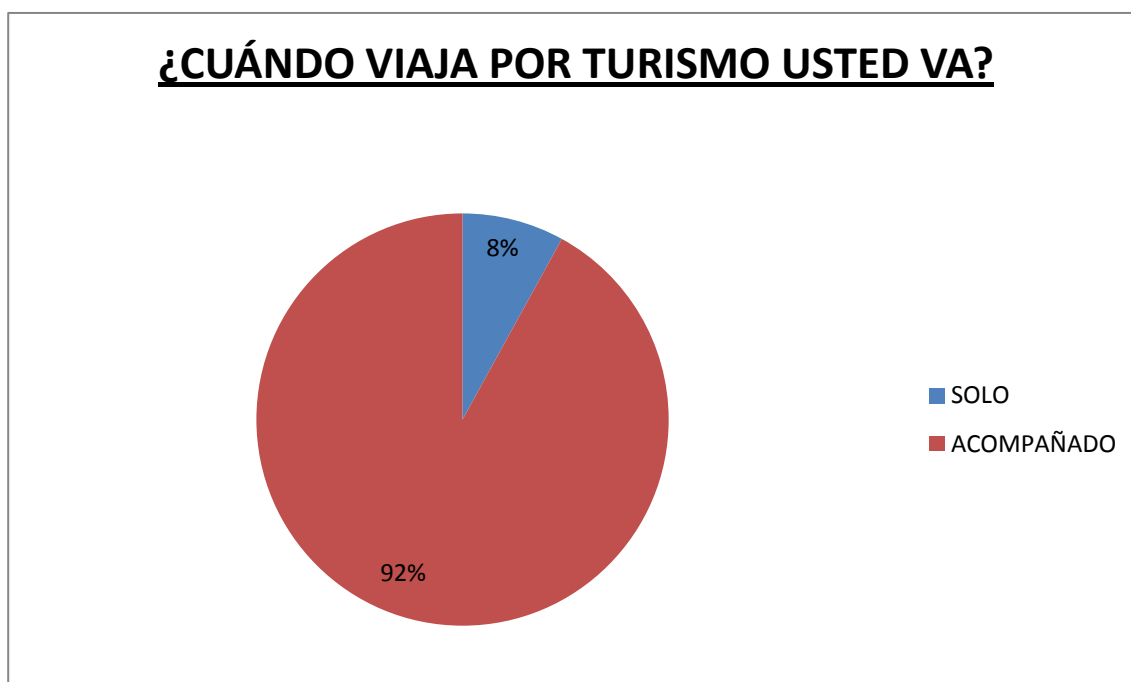
FUENTE: TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

6. ¿CUÁNDO VIAJA POR TURISMO USTED VA?

CUADRO Nº42

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SOLO	9	8,0	8,0
	ACOMPañADO	104	92,0	100,0
	Total	113	100,0	
	Perdidos	1		
Total		114		

GRÁFICO Nº 24



FUENTE: TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

De la investigación realizada en la pregunta número 6 de la sección 3 correspondiente a la propensión a salir de turismo se desprende que el 92,04% viaja acompañado mientras que el 7,96 prefiere hacerlo solo. El dato perdido corresponde al encuestado que no desea visitar la parroquia.

7. NÚMERO DE ACOMPAÑANTES

CUADRO Nº43

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	UNO	1	,9	1,0	1,0
	DOS	43	37,7	41,3	42,3
	TRES	11	9,6	10,6	52,9
	CUATRO	19	16,7	18,3	71,2
	CINCO	13	11,4	12,5	83,7
	SEIS	3	2,6	2,9	86,5
	SIETE	2	1,8	1,9	88,5
	OCHO	8	7,0	7,7	96,2
	TRECE	2	1,8	1,9	98,1
	QUINCE	2	1,8	1,9	100,0
	Total	104	91,2	100,0	
Perdidos	0	10	8,8		
Total		114	100,0		

NÚMERO DE ACOMPAÑANTES

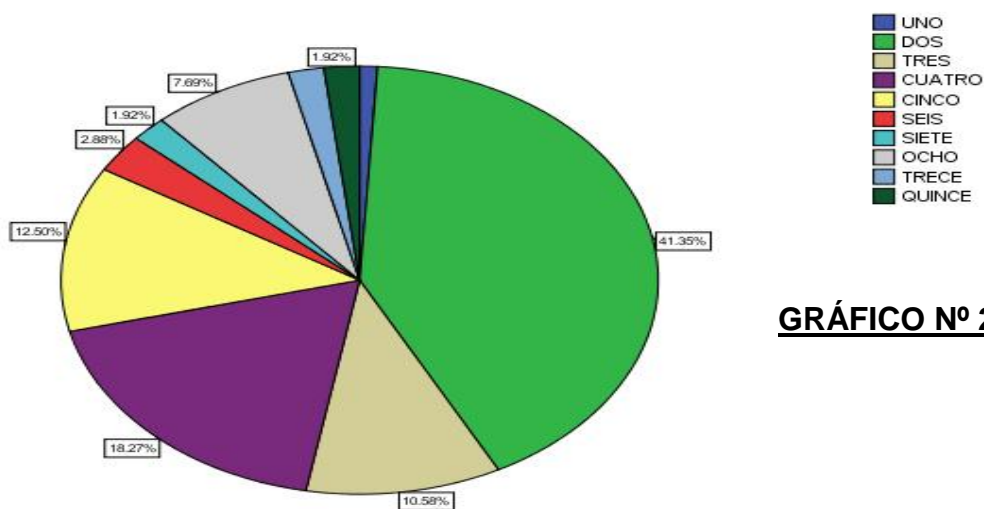


GRÁFICO Nº 25

FUENTE: TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

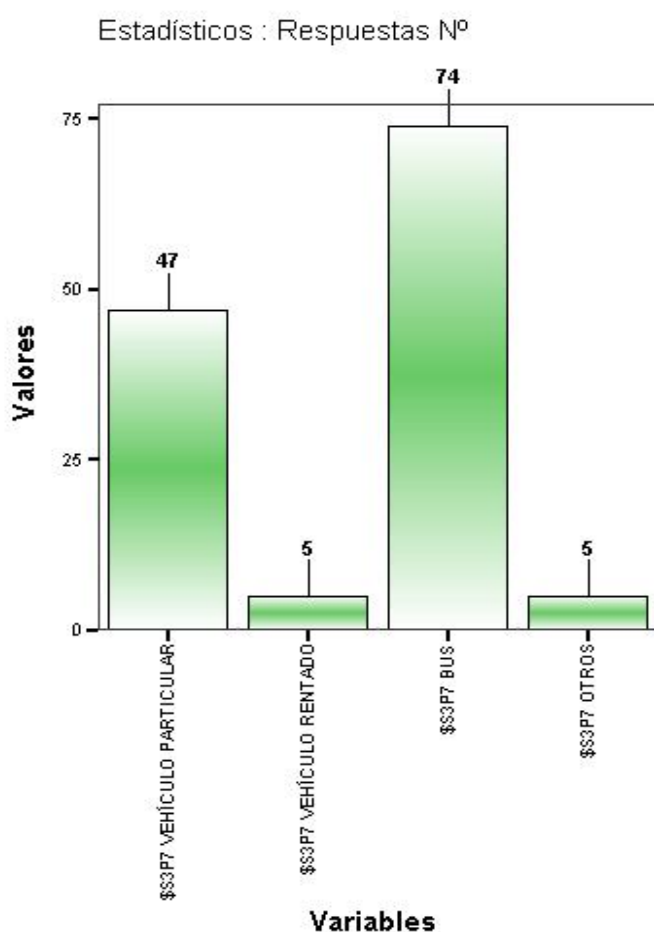
De la investigación realizada en la pregunta número 7 de la sección 3 correspondiente a viajar acompañado se desprende que la mayoría 41,02% lo hacen con 2 personas, el 18,03% lo hace con cuatro personas, el 10,58% viaja con ocho personas mientras que el 1,92% prefiere hacerlo con trece-quince-una persona respectivamente. El 8,8% que arroja la encuesta se refiere a los encuestados que decidieron viajar solos tomando en cuenta al turista que no volverá a la parroquia.

8. ¿CUÁNDO VIAJA POR TURISMO QUÉ TIPO DE TRANSPORTE UTILIZA?

CUADRO N°44

	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
VEHÍCULO PARTICULAR	47	35,9%	42,0%
VEHÍCULO RENTADO	5	3,8%	4,5%
BUS	74	56,5%	66,1%
OTROS	5	3,8%	4,5%
Total	131	100,0%	117,0%

GRÁFICO N° 26



De la investigación realizada en la pregunta número 8 de la sección 3 correspondiente al tipo de transporte se obtuvo respuestas múltiples ya que la mayoría utiliza un solo transporte o varios según la ocasión.

De los 113 encuestados 56,5% usa bus, el 35,9% vehículo particular mientras que el 3,8% utiliza otro tipo de transporte.

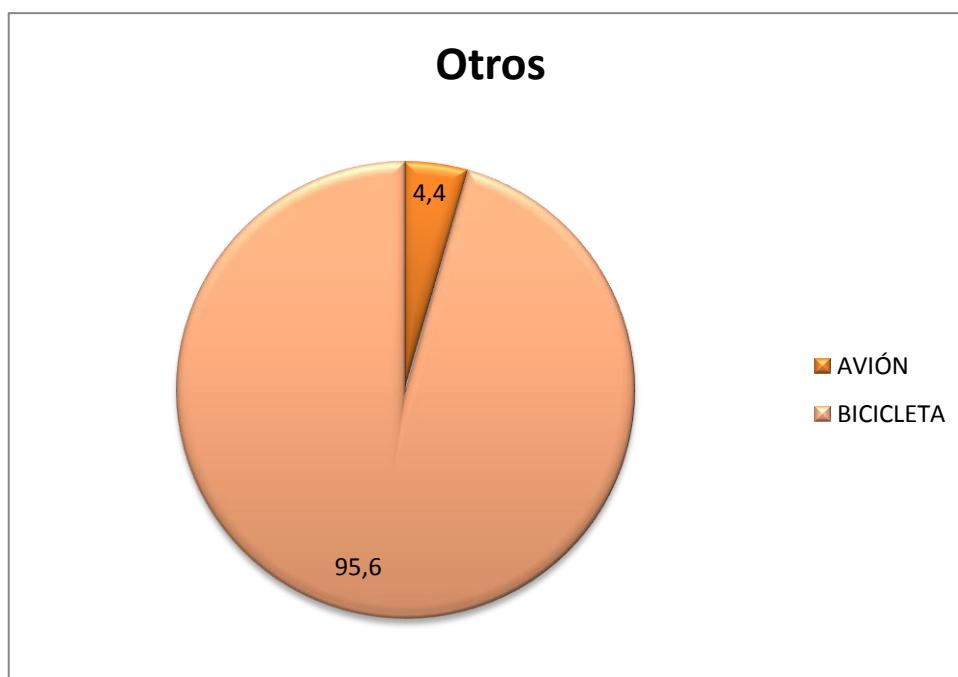
FUENTE: TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

9. OTROS

CUADRO N°45

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	AVIÓN	5	4,4		4,4
	BICICLETA	108	94,7	95,6	100,0
	Total	113	99,1	100,0	
Perdidos	0	1	,9		
Total		114	100,0		

GRÁFICO N° 27



FUENTE: TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

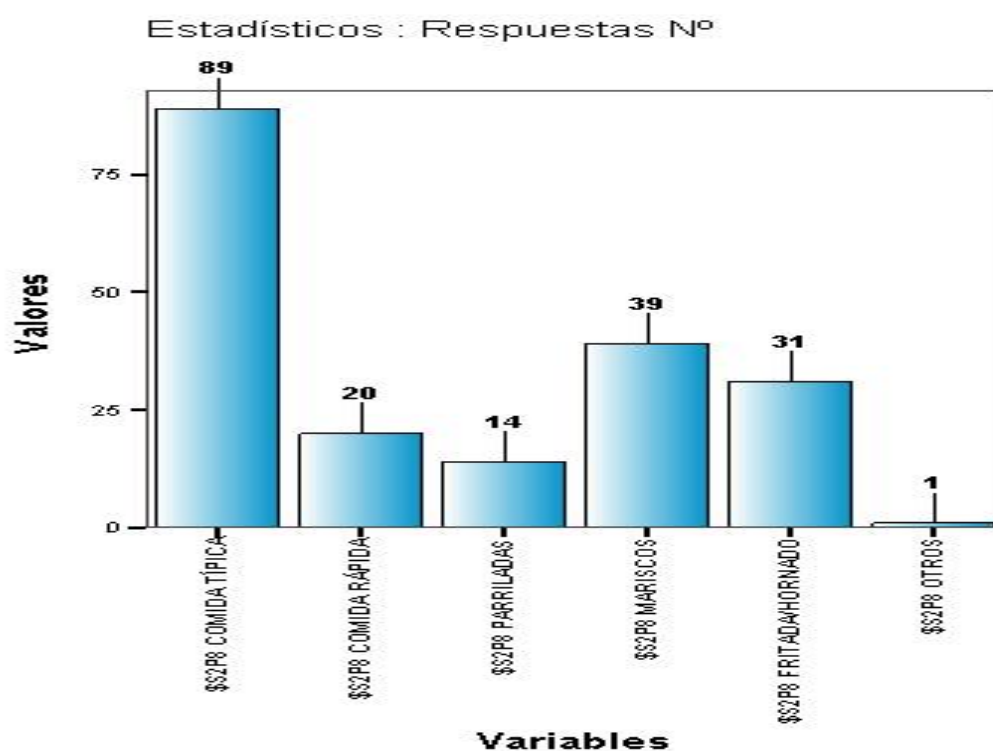
De la investigación realizada en la pregunta número 9 de la sección 3 correspondiente a otras alternativas de transporte se desprende que el 95,58% usa avión por turismo mientras que el 4,42% utiliza bicicleta.

10. ¿QUÉ TIPO DE COMIDA PREFIERE?

CUADRO N°46

	Respuestas	
	Nº	Porcentaje
COMIDA TÍPICA	89	45,9%
COMIDA RÁPIDA	20	10,3%
PARRILADAS	14	7,2%
MARISCOS	39	20,1%
FRITADA/HORNADO	31	16,0%
OTROS	1	,5%
Total	194	100,0%

GRÁFICO N° 28



FUENTE: TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

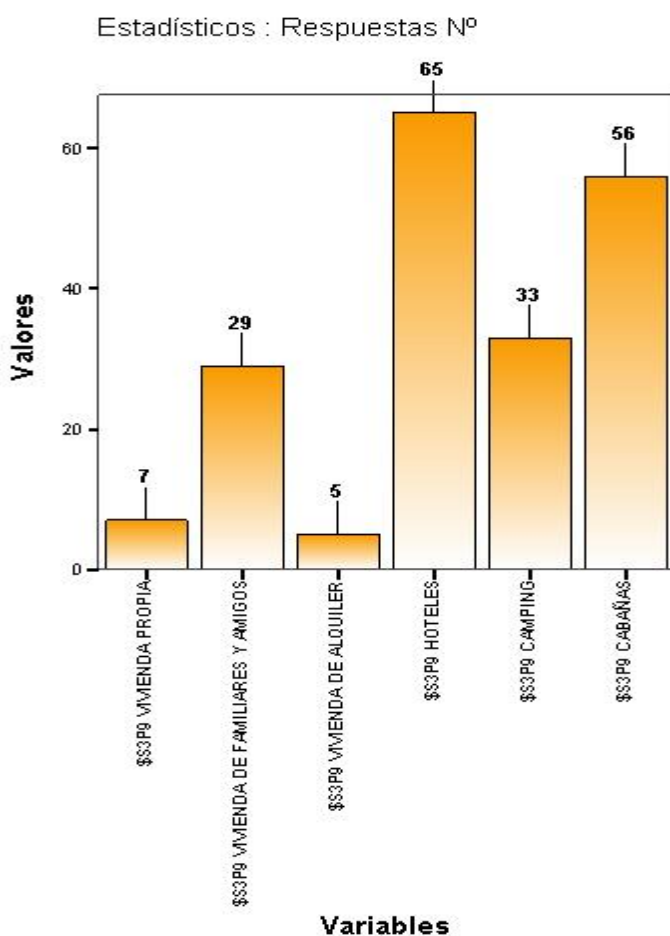
De la investigación realizada en la pregunta número 10 de la sección 3 correspondiente al tipo de comida se obtuvieron 194 respuestas de un total de 113 encuestados de allí se desprende que el 45,9% prefiere la comida típica, el 20,1% gusta de los mariscos, mientras que el 0,5% prefiere otro tipo de comidas.

11. ¿QUÉ TIPO DE ALOJAMIENTO PREFIERE?

CUADRO Nº47

	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
VIVIENDA PROPIA	7	3,6%	6,2%
VIVIENDA DE FAMILIARES Y AMIGOS	29	14,9%	25,7%
VIVIENDA DE ALQUILER	5	2,6%	4,4%
HOTELES	65	33,3%	57,5%
CAMPING	33	16,9%	29,2%
CABAÑAS	56	28,7%	49,6%
Total	195	100,0%	172,6%

GRÁFICO Nº 29



De la investigación realizada a 113 personas en la pregunta número 11 de la sección 3 correspondiente al tipo de alojamiento que usa cuando viaja, se obtiene 195 respuestas de las cuales el 33,3% prefiere hotel, el 28,7% cabañas, el 14,9% se inclina por vivienda de amigos / familiares, mientras que el 2,6% usa vivienda de alquiler entre los principales.

FUENTE: TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

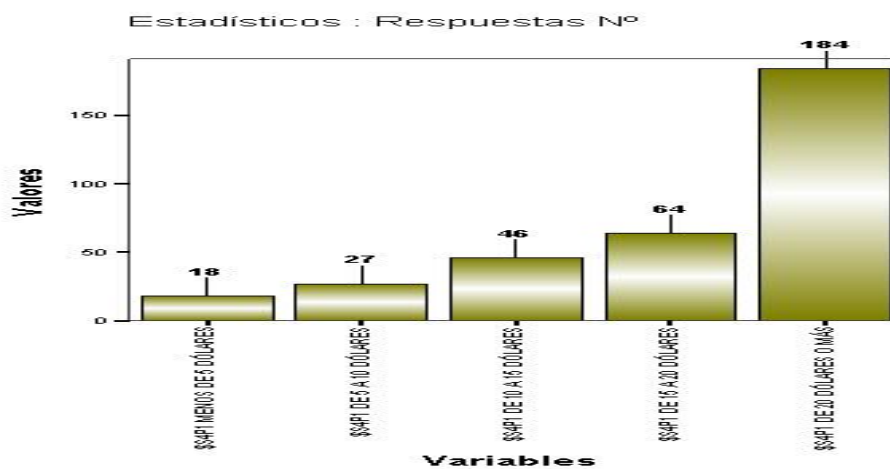
SECCION 4: SITUACIÓN ECONÓMICA

1. CUANDO VIAJA POR TURISMO CUÁNTO GASTA POR DÍA EN: ALIMENTACIÓN, MOVILIZACIÓN, HOSPEDAJE, OTROS.

CUADRO Nº48

	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
MENOS DE 5 DÓLARES	18	5,3%	15,9%
DE 5 A 10 DÓLARES	27	8,0%	23,9%
DE 10 A 15 DÓLARES	46	13,6%	40,7%
DE 15 A 20 DÓLARES	64	18,9%	56,6%
DE 20 DÓLARES O MÁS	184	54,3%	162,8%
Total	339	100,0%	300,0%

GRÁFICO Nº 30



FUENTE: TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

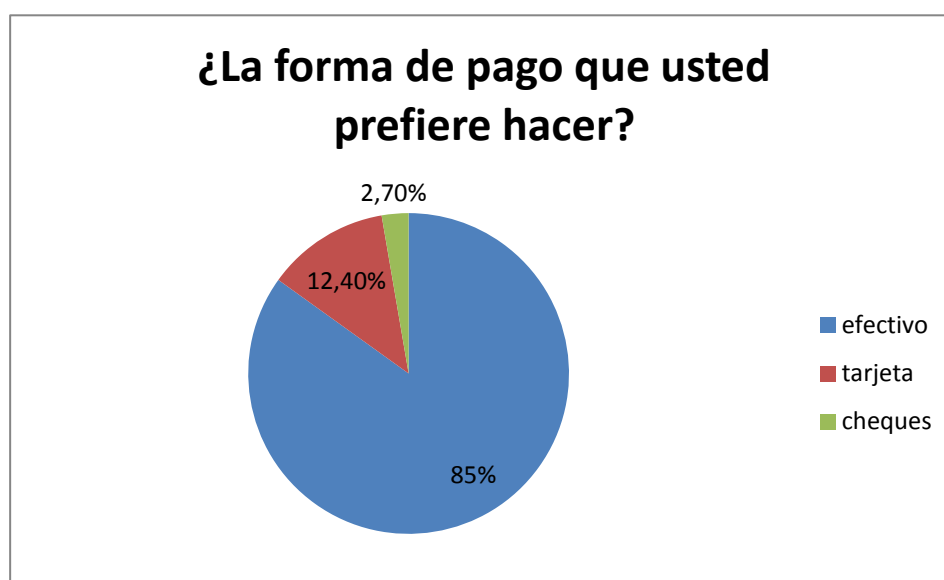
De la investigación realizada en la pregunta número 1 de la sección 4 correspondiente a la Situación Económica se obtienen 339 respuestas determinando los gastos en alimentación, movilización y hospedaje de los cuales el 54,3% gasta un promedio de 20 dólares o más, el 18,9% de 15 a 20 dólares, el 13,06% de 10 a 15 dólares, el 8% de 5 a 10, mientras que el 5,3% viaja con menos de 5 dólares.

2. ¿LA FORMA DE PAGO QUE USTED PREFERE HACER ES?

CUADRO N°49

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	EFFECTIVO	96	84,2	85,0	85,0
	TARJETA DE CRÉDITO	14		12,4	97,3
	CHEQUES	3	2,6	2,7	100,0
	Total	113	99,1	100,0	
Perdidos	0	1	,9		
Total		114	100,0		

GRÁFICO N° 31



FUENTE: TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

De la investigación que fue realizada a 113 personas en la pregunta 2 de la sección 4 se refiere a la manera de turista de efectuar sus pagos y en ella se determinó que el 85% usa efectivo, el 12,4% prefiere pagar con tarjetas de crédito mientras que el 2,7% lo hace a través de cheques.

CAPITULO IV.

PROPUESTA DEL PROYECTO DE RUTA TURÍSTICA DE “LOS PAISAJES” EN LA PARROQUIA SAN PABLO DE LAGO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.

4.1 Diseño de la propuesta

Identificados los problemas y las necesidades en el capítulo de estudio de mercado se desarrollará el proyecto de ruta turística de “Los Paisajes” en la Parroquia San Pablo del Lago, Cantón Otavalo, cuyo propósito es fomentar el turismo y desarrollar la actividad económica. Los habitantes de San Pablo ponen poco interés en el sector turístico ya que la mayoría de la población trabaja en el sector agrícola y ganadero. Es por esto que este proyecto ayudará a la Parroquia a incrementar el turismo que es desaprovechado por parte de la Junta y sus pobladores. La actividad turística en la Parroquia constituye una fortaleza importante dentro del sector, que aportará al diseño y desarrollo de nuestro proyecto brindando una nueva alternativa de progreso económico para los habitantes de San Pablo del Lago.

4.2 Misión

La Parroquia San Pablo de Lago impulsa el desarrollo de la actividad turística, promoviendo el progreso económico y social de sus habitantes mediante el trabajo participativo de las autoridades de la Junta Parroquial y la Comunidad.

4.3 Visión

San Pablo del Lago para el año 2016, constituye una de las alternativas turísticas preferidas por visitantes nacionales y extranjeros, brindando un servicio eficiente, personal capacitado y un manejo sustentable de los recursos

naturales, mediante la administración y gestión adecuadas por parte de las autoridades pertinentes.

4.4 Análisis F.O.D.A

El F.O.D.A está representado a través de una matriz de doble entrada en la cual se analizan los aspectos positivos/negativos en el sentido horizontal y, los factores internos/externos en el sentido vertical.

4.4.1 Metodología para la elaboración del F.O.D.A ²⁷

La matriz FODA, es una herramienta de análisis estratégico utilizada en programas y proyectos, pero igualmente puede aplicarse a personas, países, regiones, etc. Su nombre proviene de las siglas: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

Para los fines de este estudio tenemos:

- | | |
|-----------------|------------------|
| ➤ Fortalezas | [Factor Interno] |
| ➤ Oportunidades | [Factor Externo] |
| ➤ Debilidades | [Factor Interno] |
| ➤ Amenaza | [Factor Externo] |

4.4.1.1 Fortalezas

Son todos aquellos elementos internos y positivos que diferencian al programa o proyecto de otros de igual clase, permitiendo una posición privilegiada frente al resto de localidades.

4.4.1.2 Oportunidades

²⁷ <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/Empresarios/foda.htm>

Son aquellas situaciones externas positivas que se generan en el entorno y que una vez identificadas pueden ser aprovechadas por la localidad para alcanzar sus objetivos.

4.4.1.3 Debilidades

Son problemas internos, que una vez identificados y desarrollando una adecuada estrategia, pueden y deben eliminarse para evitar problemas que obstaculicen las metas que se proponen.

4.4.1.4 Amenazas

Son situaciones negativas, externas al proyecto o programa a ejecutarse que puede atentar contra este, por lo que llegando al caso, puede ser necesario diseñar una estrategia adecuada para poder sortearla.²⁸

4.5 Matriz F.O.D.A

La matriz se realizó con la colaboración y apoyo de la directiva de la Junta Parroquial de San Pablo del Lago, Presidentes y Vicepresidentes de las comunidades, se llevo a cabo en la sala auxiliar de la Junta un taller participativo el día lunes 19 de diciembre del 2011, al cual asistieron 30 personas.

El objetivo fundamental del taller fue analizar en conjunto los siguientes componentes para apreciar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en el ámbito turístico sobre lo siguiente: atractivos naturales, atractivos culturales, gastronomía, festividades y eventos, actividades recreacionales, infraestructura básica, servicios turísticos, infraestructura vial, consumidor, promoción y comercialización, políticas administrativas y la participación de instituciones administrativas.

²⁸ GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE UN TERRITORIO, BLANCO Marvin, IICA; pp. 37

CUADRO N°50
MATRIZ FODA (AÑO 2011)

COMPONENTE	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
ATRATIVOS NATURALES	San Pablo del Lago posee una diversidad de flora y fauna.	Creación de paquetes turísticos para efectuar turismo ecológico, de aventura y cultural por parte del Municipio de Otavalo para la comunidad.	Desaprovechamiento del potencial turístico natural por parte de los habitantes de la parroquia.	Deterioro de la flora y fauna nativa, debido al desconocimiento del adecuado manejo de los recursos naturales.
ATRATIVOS CULTURALES	Iglesia Matriz y la Capilla de Lourdes.	Fomento del turismo a nivel arqueológico utilizando la belleza de las iglesias.	Negatividad por parte de las autoridades de la Parroquia a distribuir recursos para el debido mantenimiento de los atractivos.	Falta de redistribución de los ingresos extras que se obtiene por las festividades, para proyectos de inversión por parte de las autoridades del Municipio de Otavalo.
	San Pablo cuenta con importantes atractivos culturales como son sus personajes y fiestas.	Fomento por parte del Municipio de Otavalo de las tradiciones y atractivos culturales que se dan en las festividades.	Ausencia de centros culturales en donde se detallen la historia de la parroquia y su legado ancestral.	Pérdida de la identidad de la parroquia como de sus atractivos debido a la falta de fomento de sus tradiciones.
GASTRONOMÍA	Diversidad de platos típicos de la zona, preparados con productos agrícolas.	Promoción de platos típicos a los diversos turistas que visitan la parroquia.	Falta de un establecimiento gastronómico determinado en donde se explote la diversidad de platos típicos que existen en la Parroquia.	Mayor captación de mercado de turistas que gustan de la diversidad de platos típicos existentes fuera de la Parroquia.

FESTIVIDADES Y EVENTOS	La parroquia cuenta con celebraciones propias como son: fiesta de San Juan, San Pedro y San Pablo, fiesta de Parroquialización y en honor a la Virgen de Agua Santa. Las cuales atraen el turismo en diversas fechas del año.	Crecimiento del turismo en diversas fechas del año debido a la celebración de las fiestas tradicionales de la Parroquia.	Insuficiente difusión de las festividades y eventos a nivel nacional.	Preferencia del turista por los diversos eventos y festividades que se llevan a cabo en las mismas fechas en Otavalo.
ACTIVIDADES RECREACIONALES	Competencias anuales en el Lago San Pablo.	Fomento del interés de los turistas por las diversas actividades que se realizan dentro de la Parroquia.	Imagen de las actividades recreacionales de la zona poco desarrolladas.	Promoción de paquetes con actividades recreacionales externos a la Parroquia.
	Diversas actividades recreativas y espacios verdes para el libre esparcimiento.	Vínculo de la parroquia con las actividades y servicios turísticos que se ofrecerá por medio de la creación de la ruta.	Limitada promoción de las actividades recreacionales a nivel de toda la ruta.	Competencia de nuestro mercado por parte de varias operadoras turísticas.
INFRAESTRUCTURA BÁSICA	La Parroquia San Pablo del Lago cuenta con los servicios básicos necesarios. (Alcantarillado, energía eléctrica, agua potable y servicio telefónico).	Mal manejo de los desechos líquidos y sólidos por parte del Municipio de Otavalo.	Desinterés por parte de los habitantes de la Parroquia por mejorar su infraestructura básica al igual que la Falta de mantenimiento por parte de las autoridades competentes.	Los lugares distantes a la Parroquia cuentan con la infraestructura necesaria.

SERVICIOS TURÍSTICOS	Posee atractivos turísticos que tiene relación directa con la naturaleza.	Aumento de turistas nacionales y extranjeros por conocer los diferentes atractivos y disfrutar de la naturaleza.	No existen guías turísticos pertenecientes a la Parroquia.	Servicios turísticos con mayor afluencia en Otavalo.
	Presencia de la Hostería Cusín, Hostería Puerto Lago y Cabañas del Lago que cuentan con servicios de alojamiento.	Operadoras turísticas que promueven los diferentes servicios turísticos.	Deficiente infraestructura hotelera para los turistas con un bajo poder adquisitivo.	Hoteles que ofertan paquetes económicos para toda clase social en Otavalo.
INFRAESTRUCTURA VIAL	La vía Panamericana Norte que se dirige hacia San Pablo del Lago es de primer orden. Además existe transporte público y privado para el traslado hacia la Parroquia	Incremento de transporte privado hacia San Pablo.	Falta de mantenimiento periódico de las vías secundarias, asfaltadas y lastradas que se encuentran en el interior de la Parroquia y escaso transporte público para recorrer los diversos sitios turísticos.	Los turistas preferirían visitar otros lugares con mejor infraestructura interna.
CONSUMIDOR	Predisposición de las autoridades de la Parroquia para la realización de un proyecto de ruta turística.	Creación de alianzas estratégicas con el apoyo del Municipio de Otavalo y el Ministerio de Turismo.	No existe abundante oferta de productos y servicios turísticos.	La competencia de Otavalo respecto a la atención en general al turista.
PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	Entusiasmo de los pobladores de la Parroquia en promocionar y comercializar los atractivos que	Vínculo con sitios turísticos como Otavalo y la venta de artesanías de la localidad.	Limitada capacitación de los propietarios de los servicios turísticos y la población con aspectos de	La mayor competencia sería Otavalo, ya que cuenta con personal calificado en

	posee.		comercialización y promoción.	temas publicitarios.
POLÍTICAS ADMINISTRATIVAS	Amplia colaboración del directivo encargado del aspecto turístico.	Convenios entre la Junta Parroquial y el Ministerio de Turismo para fortalecer el turismo en la Parroquia.	Escaso fortalecimiento del manejo administrativo para atraer a los turistas.	Falta de políticas que ayuden a resguardar el medio ambiente.
PARTICIPACIÓN DE INSTITUCIONES ADMINISTRATIVAS	Existen convenios con el Ministerio de Medio Ambiente para la preservación del Lago San Pablo.	Compromiso por parte del Municipio de Otavalo en incentivar el proyecto para incrementar el desarrollo de la Parroquia.	Falta de interés por una de las partes involucradas en mejorar los servicios turísticos.	Compromiso de diferentes instituciones por los atractivos turísticos aledaños.

Fuente: Taller Participativo en la Parroquia San Pablo de Lago. (19-12-2011)

Elaborado por: Las Autoras.

4.6 Propuesta del Proyecto

4.6.1 Identificación del Proyecto

4.6.1.1 Nombre del Proyecto

PROPUESTA DEL PROYECTO DE RUTA TURÍSTICA DE “LOS PAISAJES”
EN LA PARROQUIA SAN PABLO DE LAGO, CANTÓN OTAVALO,
PROVINCIA DE IMBABURA.

4.7 Justificación

En este capítulo se elabora un estudio para la creación del Proyecto de Ruta Turística denominado “Los Paisajes”, en conjunto con las entidades pertinentes y la población con lo cual se espera desarrollar la actividad turística y económica de la Parroquia San Pablo de Lago y la preservación de sus recursos naturales.

4.8 Estudio técnico²⁹

El Proyecto tiene como base fundamental los resultados alcanzados en el estudio de mercado efectuado. En el estudio técnico se determinaran varios aspectos como son: localización y tamaño.

4.8.1 Localización del proyecto

El estudio de localización plantea dos niveles de avance en el proceso de decidir el lugar apropiado para la instalación del proyecto propuesto: la macro y micro localización.

²⁹ “Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieran; a la vez, verifica la factibilidad técnica de cada una de ellas”. ROSALES, Ramón; La Formulación y Evaluación de Proyectos; 1ra Ed.; 2007 pg. 14.

4.8.1.1 Macro-localización

La ubicación del proyecto de ruta turística será en la provincia de Imbabura, Cantón Otavalo, Parroquia San Pablo del Lago. Se encuentra situado al norte del Ecuador, limita al norte con Carchi, al sur con Pichincha, al este con Sucumbíos y al oeste con Esmeraldas, Imbabura tiene una superficie de 4.559,3 Km² y una población de 398. 244³⁰ habitantes de los cuales 193.664 son hombres y 204.580 son mujeres y una altitud entre los 2565 hasta los 4650 m.s.n.m.

MAPA N°3. **PROVINCIA DE IMBABURA**



Fuente: www.imbaburaturismo.gov.ec

³⁰ www.inec.gov.ec

4.8.1.2 Micro-localización

La ubicación física del proyecto será en una oficina de la Junta Parroquial, en la calle Mariscal Sucre, situada frente al Parque Central Simón Bolívar, junto al Colegio San Pablo, en la Parroquia del mismo nombre, ubicada al sur de la provincia de Imbabura. Cuenta con un área de construcción 45m² con todos los servicios básicos necesarios, visible en el siguiente croquis:

CROQUIS DE UBICACIÓN DE LA JUNTA PARROQUIAL



Fuente: Archivo Institucional

4.8.2 Tamaño del Proyecto

“La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación. De igual forma, la decisión que se tome respecto

del tamaño determinará el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos por venta.”³¹

4.8.2.1 Factores determinantes del Tamaño

La determinación del tamaño de un proyecto es una tarea limitada por las relaciones reciprocas que existen entre el tamaño y los aspectos como, la disponibilidad de materias primas, la tecnología y los equipos, el financiamiento y la organización.³²

4.8.2.1.1 Capacidad Instalada

De acuerdo a la infraestructura que posee la Parroquia dispone de la siguiente capacidad:

- Hostería Puerto Lago; hospedaje para 166 personas (27 habitaciones) y 150 comensales.
- Hostería Hacienda Cusín; hospedaje para 102 personas (43 habitaciones) y 142 comensales.
- Cabañas del Lago; hospedaje 128 personas (27 cabañas) y 150 comensales.

4.8.2.1.2 Disponibilidad de equipos y recursos

A continuación se muestra un cuadro resumen sobre los equipos de computación, de oficina, suministros y muebles de oficina, necesarios para la implementación del Proyecto de Ruta Turística de “Los Paisajes” en San Pablo del Lago:

³¹ SAPAG Y SAPAG Preparación y Evaluación de Proyectos”, McGRAW HILL cuarta edición, 2000.

³² Econ. MENESES ALVAREZ, Edilberto, “Preparación y Evaluación de Proyectos”, tercera edición, impreso en Quito. Ecuador, 2001

CUADRO N°51
DISPONIBILIDAD DE EQUIPOS

EQUIPOS DE COMPUTACION				
CANTIDAD	UNIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Unidad	Computador de Escritorio 	885.90	885.90
1	Unidad	Scanner Multifunción 	350.00	350.00
1	Unidad	Proyector 	985.00	985.00
TOTAL				2220.90
EQUIPO DE OFICINA				
CANTIDAD	UNIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Unidad	Sacapuntas Eléctrico 	22	44
1	Unidad	Teléfono fax 	55.60	55.60
TOTAL				99.60
ENSERES DE OFICINA				
2	Unidad	Tacho de basura 	12.30	24.60
TOTAL				24.60

SUMINISTROS DE OFICINA					
CANTIDAD	UNIDAD	DETALLE		VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
10	Caja	Esferos		2.23	22.30
10	Caja	Lápices		2.00	20.00
2	Caja	Borradores		2.00	4.00
24	Resma	Papel Bond		3.00	72.00
10	Unidad	Archivadores de Oficio		0.99	9.90
2	Unidad	Sello Automático		5.00	10.00
1	Unidad	Grapadora		5.60	5.60
1	Unidad	Perforadora		3.60	3.60
TOTAL					147.40
MUEBLES DE OFICINA					
CANTIDAD	UNIDAD	DETALLE		VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Unidad	Escritorio		320	640

1	Unidad	Archivador Metálico		190	190
2	Unidad	Silla Giratoria		128	256
1	Unidad	Sillón 3 puestos		245	245
TOTAL					1331.00
INVERSION TOTAL					3823.50

Fuente: Proformas realizadas en las Empresas Global Supply, Imcodima y Discom.

Elaborado por: Las Autoras.

Recurso humano:

- La distribución para el recurso humano será una oficina en donde se localizará el área administrativa y el área de ventas la que se encargará de recibir a los turistas, efectuar la promoción y difusión de la ruta.
- La Junta Parroquial mediante una reunión previa designo al administrador y el personal necesario para el manejo del proyecto, es así que el recurso humano estará conformado por: un administrador, una secretaria, un contador, dos asesores promocionales y dos guías turísticos. Por lo que es necesario realizar capacitaciones, por parte de la Junta Parroquial en conjunto con el MINTUR una vez que estén legalmente constituidos.

4.9 Objetivos del proyecto

4.9.1 Objetivo general

Promover el Proyecto de Ruta Turística denominado “Los Paisajes”, el cual pueda ser aprovechado por la Junta Parroquial para difundir los diversos atractivos que posee en corto plazo a nivel local, nacional e internacional con lo cual se obtendrá ingresos económicos en beneficio de San Pablo del Lago.

4.9.2 Objetivos específicos

- Promocionar el departamento donde funcionará el Proyecto de Ruta Turística con equipos y materiales necesarios para su correcto funcionamiento y así brindar un servicio de calidad a los turistas.
- Realizar un plan promocional sobre los atractivos que posee la Parroquia y que están incorporados dentro del Proyecto de Ruta Turística.
- Capacitar a los diversos actores que van a intervenir en el proyecto y conjuntamente a la comunidad para que participen en la elaboración y desarrollo del mismo.

4.10 Líneas de acción

Para la solución de los diversos problemas descubiertos mediante el diagnóstico de la matriz F.O.D.A de la Parroquia, podemos considerar varias alternativas de solución, entre las cuales tenemos:

- Fortalecer las acciones en base al turismo a favor de la comunidad.
- Promocionar los atractivos y servicios turísticos de la Parroquia San Pablo del Lago mediante una campaña publicitaria a través de los medios de comunicación de la provincia y del país.

- Solicitar al Gobierno Provincial, Municipal y el Ministerio de Obras Públicas el debido mantenimiento y mejoramiento del área vial y el acceso a los diferentes atractivos turísticos así como la implementación de la respectiva señalización en San Pablo del Lago.
- Establecimiento de una propuesta de acción para la atención integral de la ruta Turística “Los Paisajes del Lago”.
- Promover la participación de la comunidad en la prestación de servicios turísticos.
- Capacitar mediante campañas ecológicas y eco-turísticas a los pobladores de la comunidad acerca de la preservación del patrimonio natural y cultural de la parroquia.

4.11 Metas

- En el 2013 la Junta Parroquial contará con una oficina de información turística para visitantes tanto nacionales como extranjeros que acudan a disfrutar de los diversos atractivos que posee la ruta “Los Paisajes”.
- El primer trimestre del año 2013, el proyecto de Ruta Turística emprenderá campañas de promoción de sus atractivos turísticos.
- En el segundo trimestre del año 2013, la comunidad estará capacitada específicamente en la atención que se debe prestar al turista que llega a la Parroquia.
- En el primer trimestre del año 2014 la ruta turística contará con la señalización adecuada para acceso a los servicios turísticos que ofrezca el sector.

4.12 Actividades

- La oficina de información turística promocionará la Ruta “Los Paisajes” con actividades: recreacionales, gastronómicas, naturales y culturales, camping, deportes acuáticos, fiestas culturales entre otros.

- Se creará una página web para la Parroquia que permita implementar la promoción de los diversos atractivos que ofrezca la ruta, además se diseñaran trípticos y mapas.
- Se realizarán talleres con personal capacitado del Ministerio de Turismo y los directivos de la Junta Parroquial con el fin de mejorar el servicio del sector turístico de la zona, donde se determinara a las personas capacitadas para encargarse de brindar el servicio a los visitantes de la ruta.
- La Junta Parroquial ejecutará la gestión necesaria para la implementación de la señalización dentro de la ruta, conjuntamente con el Municipio de Otavalo y el Ministerio de Obras Publicas.

4.13 Beneficiarios

4.13.1 Directos

- Los beneficiarios directos del proyecto serán los habitantes de la Parroquia ya que por medio de la implementación de la ruta se podrá reactivar la economía potencializando sus recursos turísticos llevando a mejorar sus ingresos.
- La Junta Parroquial ya que por medio de este proyecto se pueden obtener mayores recursos que pueden ser reutilizados en proyectos de inversión para la misma.
- El cantón por medio de las publicaciones en la página web, atraerá a los turistas que llegarán no solo a la Parroquia sino que desearán conocer más allá de la zona.
- Los propietarios de restaurantes y locales de comercio del sector que podrán vender sus productos y promocionar la gastronomía del mismo.

4.13.2 Indirectos

- El Ministerio de Turismo, ya que a través de la creación de éste proyecto se dispondrá de información de primera acerca de los diversos atractivos naturales-culturales de toda la Parroquia.
- El Ministerio de Ambiente debido a que el Proyecto de Ruta Turística se encargara en trabajo conjunto del cuidado y protección de las áreas verdes, evitando el mal uso de sus recursos existentes.
- Los transportistas que ingresan a la Parroquia de San Pablo, mediante la prestación de sus servicios a los turistas para acceder a la ruta especificada por los mismos y por ende incrementarán sus ingresos.

4.14 Variables de Marketing

En este capítulo se analizará el Marketing Mix y como a través de las estrategias planteadas podemos llegar a cumplir los objetivos estratégicos y dar a conocer nuestra ruta turística a los visitantes tanto nacionales como extranjeros.

4.14.1 Componentes

Consta de cuatro elementos, que constituyen las actividades esenciales del Marketing Mix, llamadas las “cuatro P”:

- Producto (Ofertas de productos o servicios)
- Precio (Estructura de precios)
- Plaza (Sistema de distribución)
- Promoción (Comunicación comercial)

4.14.1.1 Producto³³

El proyecto de ruta turística funcionará en una oficina de 45m² adecuada por la Junta Parroquial, que contará con los equipos necesarios (muebles y equipos de oficina), para brindar información a los turistas se dispondrá de mapas, trípticos, hojas volantes y los diferentes paquetes disponibles.

Además se ofrecerán constantes capacitaciones para la comunidad en los temas relacionados con la actividad turística, para que los moradores de la zona se preocupen del cuidado de toda el área que representa la fuente de ingresos que poseen.

Los servicios que se van a ofrecer en la ruta turística son los siguientes:

- Servicio de Guías Turísticos.
- Venta de mapas.
- Venta de los paquetes de la Ruta “Los Paisajes”.

4.14.1.1.1 Demanda Potencial

La Parroquia no dispone de una base de datos que muestre la cantidad de turistas que llegan al año a San Pablo del Lago y los establecimientos de alojamiento no poseen un registro de sus visitantes. Para realizar el cálculo de la demanda potencial nos basamos la Población Económicamente Activa (P.E.A) que son los ocupados plenos de la Provincia de Imbabura y la entrada de extranjeros a la provincia antes señalada. Se cuenta con una serie estadística desde el año 2.006 al 2.011 para la proyección de los siguientes años.

Las autoridades encargadas del desarrollo del proyecto de Ruta Turística Los Paisajes, a través de diferentes estrategias y gestión publicitaria con

³³ “Un producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca que ofrece la empresa al consumidor para satisfacer una o más necesidades.” STANTON William, ETZEL Michael, WALKER Bruce, FUNDAMENTOS DE MARKETING, Mac. Graw Hill, 13ª. Edición, Pg. 455

instituciones del estado y educativas, se comprometen en captar el 1% de la proyección de la Demanda Potencial, considerando la capacidad instalada en establecimientos de alojamiento y gastronomía.

CUADRO Nº 52
SAN PABLO DEL LAGO

Estimación de la Demanda Potencial 1%

Años:	Demanda Potencial Estimada:	
2.012	571	
2.013	614	
2.014	658	
2.015	702	
2.016	745	

Fuente: Proyección de la Demanda Potencial

Elaborado por: Las Autoras

4.14.1.2 Precio³⁴

4.14.1.2.1 Servicio de Guías Turísticos

La ruta turística ofrecerá diversos paquetes de los atractivos de la zona, ofreciendo un servicio de guías pertenecientes a la Comunidad previamente capacitados, quienes tendrán que entregar una comisión de \$1.00 dólar por cada paquete vendido, en la Oficina donde funciona el proyecto de ruta turística “Los Paisajes”. Esta comisión se fija mediante un acuerdo realizado entre los directivos de la Junta Parroquial y las personas designadas para la atención a los turistas tanto nacionales como extranjeros.





³⁴ “El precio es el valor acordado entre dos partes que quieren obtener un beneficio mediante el intercambio de bienes o servicios”. STANTON William, ETZEL Michael, WALKER Bruce, FUNDAMENTOS DE MARKETING, Mac. Graw Hill, 13ª. Edición, Pg. 456.

4.14.1.2.2 Venta de mapas

Los mapas incluirán información clara y precisa sobre las diversas actividades turísticas que ofrece la ruta en la Parroquia San Pablo del Lago, el precio de cada uno de los mapas será de 0,40 centavos.

4.14.1.2.3 Venta de los paquetes de la ruta “Los Paisajes”

La ruta cuenta con los siguientes paquetes, en los cuales se encuentran detallados los horarios de visita, las actividades recreacionales y los servicios que el turista podrá disfrutar:

-  Paquete 1 con un valor de \$450.
-  Paquete 2 con un valor de \$65.
-  Paquete 3 con un valor de \$30.
-  Paquete 4 con un valor de \$35.

Mediante un convenio realizado entre la Junta Parroquial y los propietarios de los servicios privados, se ha considerado entregar una comisión del 2.2% por cada venta de los paquetes para el proyecto de ruta turística en el año 2.012, y para el periodo 2.013 – 2.016 se considerará el 1% debido a que el proyecto ya se encontrará en ejecución.

4.14.1.3 Plaza³⁵

El tipo de canal que se utilizará en la ruta será de: productor - consumidor ya que no comprenderá intermediarios, será a través de la venta de paquetes en la página web, aunque su accesibilidad no es de carácter masivo se espera que esto crezca según avance el tiempo y se amplíe el conocimiento de la ruta planteada.

³⁵ “Es la variable de marketing que se encarga de lograr que los productos de la empresa estén disponibles para los consumidores”. STANTON William, ETZEL Michael, WALKER Bruce, FUNDAMENTOS DE MARKETING, Mac. Graw Hill, 13ª. Edición, Pg. 458.

El turista también constituye un canal de distribución ya que éste dará a conocer a otras personas sobre los diversos atractivos que visitó, promocionando la ruta y dando a conocer indirectamente a las diversas personas que gocen del turismo en su amplitud. La venta directa de los diversos paquetes turísticos se dará en la oficina de la Junta de San Pablo del Lago, los potenciales clientes serán visitantes nacionales, estudiantes de colegios, universidades, voluntarios y extranjeros que se encuentran en el país.

4.14.1.4 Promoción³⁶

El Proyecto de Ruta Turística de “Los Paisajes” tiene como objetivo principal llegar a personas que gusten del turismo de aventura, ecológico, deportivo y cultural, estudiantes de instituciones educativas vinculadas con la actividad y a los turistas que llegan a la Parroquia en sus festividades, para promocionar y comercializar el potencial turístico de San Pablo de Lago.

La campaña de promoción y publicidad se va a realizar mediante:

1. Internet (página web de la Parroquia), en el cual se ofertarán todos los atractivos, paquetes y servicios turísticos que posee la ruta. A continuación se presenta el diseño de la página con la descripción de cada uno de los ítems que contiene:

³⁶ “La promoción es el aspecto de la mezcla de marketing que consiste en convencer o persuadir a la audiencia de la calidad o atractivo de los productos o servicios que ofrece una compañía.” SEGLIN, Jeffrey, CURSO DE MERCADOTECNIA 36 HORAS, Primera edición, Mc.Graw-Hill, Pg. 191-94.


1. INTERNET

* DESCRIPCIÓN DE LA PAGINA WEB DE LA RUTA TURÍSTICA

"Los Paisajes San Pablo del Lago"
Ruta turística

INICIO
RUTA
TURÍSTICA
CULTURA
TOURS
GALERÍA
MAPA
CONTACTOS


SAN PABLO DEL LAGO
UNA ALTERNATIVA TURÍSTICA PARA TODOS




TURISMO A TU ALCANCE, TU MEJOR ELECCIÓN

Subscribase para recibir noticias
Email :


Atractivos naturales



- **Rinconada de Cusin.-** Se encuentra a 30 minutos de caminata desde la parroquia, se trata de un valle que encierra hermosos paisajes, un bosque primario y secundario cuyo micro cuenca da origen al río Itambi (único río que alimenta el lago) y una fuente de agua mineral conocida como Agua de Guitig.



- **Cerro Cusin.-** Forma parte de la cadena volcánica de Mojanda y del grupo volcánico de Imbabura; conjuntamente con el Cubilche son los elementos de relieve más importantes de la zona. En los alrededores habitan los Kichwa Cayambi, repartidos en varias comunidades como Pijal, Gualaví, Angla, entre otras. En sus faldas nacen una cantidad de vertientes que alimentan al Imbakucha; la principal de todas da lugar al Itambi.



- **Culebra Rummy.-** Es una formación rocosa aproximadamente de 4 a 5 metros de altura y 3,50 de ancho, que asemeja a una serpiente. Cuenta la leyenda que en tiempos remotos dos culebras (serpientes) hembra y macho, se trasladaban desde Guaylabamba hasta el Valle del Chota, sin embargo, el clima se encontraba abrumado por lluvias y vientos. Al cruzar la loma del Atallaro, por un lugar muy rocoso la culebra hembra no soportó el frío y no pudo avanzar. Quedó muerta entre las rocas dejando un vestigio de su paso por aquel lugar, que ahora se le conoce como Culebra Rummy o Culebra de Piedra.



• **Vertiente Ojo del Quinde.-** Ubicado en el Barrio de Araque donde hay senderos para caminar y disfrutar del paisaje. Este manantial lleva su nombre en honor a la familia Quinde que en los años 50, 60 eran los dueños de esos predios. Comienza la leyenda cuando la gente murmuraba y comentaba que el señor Joaquín Quinde había amasado riqueza con un acto de compactación con el diablo en el ojo, es así cuando un joven de apellido Cevallos fue a pescar el medio día se le apareció en el costado del manantial un pez de color rojo instigándole confianza hasta hacerle perder el control y caer y desaparecer durante 21 días.



• **Lago San Pablo.-** Es uno de los atractivos turísticos más importantes del cantón y de la región norte del Ecuador, porque su espejo de agua de aproximadamente 583 hectáreas permite desarrollar varias actividades como: el velerismo, tabla vela, natación, kayak, canotaje y esquí acuático. Sus orillas albergan una biodiversidad endémica entre las cuales están las garzas, patos silvestres, gallaretas y la preñadilla, un pez nativo de los Andes septentrionales que habita en los nachuelos.



• **Parque Cóndor.-** Tiene una hermosa vista panorámica hacia los cuatro puntos cardinales. Además de las aves que están en el centro es posible observar aves rapaces silvestres desde los grandes cóndores, hasta los pequeños halcones conocidos en la sierra ecuatoriana como quilicos. El Parque tiene una vegetación andina abundante que atrae cada vez más especies de pájaros.

* DESCRIPCIÓN DEL ITEM CULTURA

"Los Paisajes San Pablo del Lago"

Ruta turística

[INICIO](#)
[RUTA TURÍSTICA](#)
[CULTURA](#)
[TOURS](#)
[GALERÍA](#)
[MAPA](#)
[CONTÁCTOS](#)

SAN PABLO DEL LAGO

UNA ALTERNATIVA TURÍSTICA PARA TODOS



REPLAY

TURISMO A TU ALCANCE, TU MEJOR ELECCIÓN

Suscribirse para recibir noticias
 Email : [ok](#)



La cultura encierra una gran herencia ancestral y cuenta cómo ha evolucionado la historia y los hechos más sobresalientes de un determinado lugar y son:

- Iglesia Matriz.-** Es un sagrado edificio con figura de cruz, posee una infraestructura imponente, techo de teja, tumbado circular y grandes columnas. Según el estudio efectuado por la Unidad de Restauración y Conservación Arqueológica del Museo del Banco Central se cita que antes de la actual iglesia existió una capilla la misma que fue destruida por el terremoto de Ibarra el 16 de agosto de 1868, en 1910 Monseñor Pérez Quiñones inició la construcción de la Iglesia Matriz con ayuda de los pobladores.
- Capilla de Lourdes.-** Construida a partir del terremoto de 1868 que destruyó la iglesia principal. Está edificada sobre un vestigio arqueológico; actualmente se encuentra intervenida para su conservación arquitectónica e histórica.



- Los personajes.-** Fueron hombres y mujeres que dejaron su huella en el tiempo, entre los más representativos se encuentran: María Angélica Idrobo nació en San Pablo del Lago el 29 de julio de 1890, fundó la escuela 10 de Agosto, la Sociedad Feminista Luz de Pichincha, la primera escuela nocturna para las mujeres obreras, el colegio de señoritas Simón Bolívar y también obtuvo el cargo de rectora del colegio normal Manuela Cañizares.

Fiestas

Sus fiestas tradicionales son:





Fiesta de San Juan.- El legado ancestral del Inti Raymi o conocida también como San Juan, es un festejo andino que los indígenas realizan en agradecimiento al Dios Sol por las cosechas de maíz. Ha conservado los matices y rasgos tradicionales se inicia el 24 de junio; las comunidades forman grupos de amigos, danzantes y disfrazados con caretas, pañuelos, máscaras de hayajuma, sombreros grandes, gorros de militares y zamarros. El que dirige la fiesta, va vestido de hayajuma (cabeza de diablo).



Cada grupo tiene su acompañamiento musical, salen bailando desde sus comunidades y se dirigen a los diferentes lugares de concentración; las comunidades aledañas a la parroquia de San Pablo del Lago festejan por cinco días consecutivos en el estadio de Pusaco, en la plazoleta de Cusimpamba, en la comunidad de Abatag, en la Laguna y en el Chilco.

Otras comunidades se dirigen a la ciudad de Otavalo, se toman las calles y plazas, luego se dirigen a sus comunidades para continuar la fiesta por lo menos durante quince días. El personaje más importante es sin duda el hayajuma que en la víspera del 24 de Junio por la noche, se baña en alguna cascada con el objeto de adquirir poderes especiales para bailar todos esos días. La actual fiesta de San Juan coincide con el festival prehispánico del sol, conocido como Inti Raymi, en la época del solsticio de verano.

Fiesta de San Pedro y San Pablo.- Es una fiesta cultural de la tradición indígena, especialmente de la cultura Cayambis asentada en la cuenca de la laguna de San Pablo. Se celebra a partir del 29 de junio, aun que con frecuencia se fusiona con el Inti Raymi desde el 24 de Junio. Es una fiesta muy alegre en la que la gente de las comunidades de todas las edades baila haciendo visitas a casas de comuneros, y dura varios días. Se divierten bailando al son de la banda, hay danzantes que llevan a su espalda pequeños cueros en los cuales van armadas unas campanas de cobre y bronce que al bailar las hacen sonar. Este es un atractivo cultural que despierta el interés de visitantes, especialmente extranjeros.

Fiesta de Parroquialización.- La Fiesta de Parroquialización la cual es celebrada con una programación que incluye eventos educativos, conferencias, el desfile cívico en el que participan las autoridades e instituciones educativas de la localidad, y la sesión solemne. La parroquia San Pablo fue creada el 29 de mayo de 1861, además se realiza la elección de la reina, el festival de la canción nacional, los famosos toros populares, y las misas dominicales en honor a los patronos.



Fiesta de la Virgen de Agua Santa.- Se realiza todos los años, del 15 al 25 de septiembre, inicialmente la imagen era una estatua que desapareció en el terremoto de 1868, fue reemplazada por una pintura que se conserva hasta la actualidad.

* **DESCRIPCIÓN DEL ITEM PAQUETES**

"Los Paisajes San Pablo del Lago"
Ruta turística

INICIO

RUTA
TURÍSTICA

CULTURA


TOURS

GALERÍA

MAPA

CONTACTOS

SAN PABLO DEL LAGO
UNA ALTERNATIVA TURÍSTICA PARA TODOS



REPLAY

TURISMO A TU ALCANCE, TU MEJOR ELECCIÓN

Subscribase para recibir noticias
Email :

Paquetes Turísticos

PAQUETE N° 1

Día 1

- 07h30 Salida desde el Mirador de Gonzales Suarez.
- 08h30 Desayuno en la Hostería Cabañas del Lago.
- 10h30 Visita a la Comunidad.
- 12h30 Almuerzo.
- 13h45 Visita a la Rinconada de Cusín.
- 16h30 Cascada La Rinconada.
- 19h30 Hospedaje en la Hostería Puerto Lago.
- 20h00 Cena.
- 21h00 Crucero Tutayana.
- 22h30 Descanso.

Día2

- 08h30 Desayuno.
- 09h30 Caminata a Culebra Rummy.
- 11h30 Caminata a la Vertiente Ojo del Quinde.
- 12h30 Almuerzo.
- 13h45 Visita al Lago San Pablo.
- 17h00 Recreación en las instalaciones de la hostería Puerto Lago.
- 19h30 Cena.

- 20h30 Fogata con marshmallows al palo.
- 21h30 Descanso.

Día 3

- 08h30 Desayuno.
- 09h30 Deportes Acuáticos.
- 12h30 Almuerzo.
- 14h00 Visita al Parque Cóndor.
- 17h00 Retorno a la oficina de información turística.

EL TOUR INCLUYE:

- * Transporte terrestre.
- * Alojamiento.
- * Alimentación completa: desayunos, almuerzos, cenas.
- * Traslados a los lugares descritos en este itinerario.
- * Actividades sociales, deportivas y recreativas.

PRECIO POR PERSONA \$ 450

PAQUETE N° 2 TOUR FIN DE SEMANA

Sábado

- 10h00 Desayuno y salida hacia el Lago San Pablo del lago.
- 12h00 Visita al Parque Ecológico Cóndor.
- 14h00 Comida en el Restaurante del Parque Central de la parroquia Sampableña.
- 18h00 Salida hacia el Cerro Cusín en donde se podrá acampar.

Domingo

- 08h00 Salida a pasear en bicicleta por la vía principal que lleva al Lago San Pablo.
- 09h00 Visita al Parque Acuático.
- 10h00 Desayuno en el patio de comidas del Parque Acuático.
- 11h00 Paseos en bote por todo el Lago San Pablo.
- 13h00 Almuerzo en la zona.
- 14h00 Retorno a la oficina de información turística.

EL TOUR INCLUYE:

- * Transporte terrestre.
- * Alimentación: desayuno y almuerzo.
- * Traslados a los lugares descritos en este itinerario.
- * Actividades recreativas.

* Bicicleta.

PRECIO POR PERSONA \$ 65 (SÁBADO 25 Y DOMINGO 40).

PAQUETE N° 3 ESTUDIANTES

- 8h00 Salida desde el Mirador de Gonzales Suarez.
- 9h00 Llegada a la parroquia de San Pablo del Lago y desayuno en uno de los restaurantes del pueblo.
- 10h00 Visita al pueblo de San Pablo y sus iglesias antiguas.
- 11h00 Visitar el Lago San Pablo y pasear la tarde en el parque acuático.
- 14h00 Almuerzo en el parque acuático.
- 15h00 Retorno a la oficina de información turística.

EL TOUR INCLUYE:

- * Transporte terrestre.
- * Alimentación: desayuno y almuerzo.
- * Traslados a los lugares descritos en este itinerario.
- * Actividades recreativas.

PRECIO POR PERSONA \$ 30

PAQUETE N° 4 TOUR CAMPING

Horarios a elegir

- Practice de Motocross.
- Caminata hacia la Orilla de La Playita Laguna San Pablo, Parque Acuático, Volcán Imbabura, Cerro La Rinconada (según elección del turista).
- Comida al aire libre en el atractivo elegido por el turista.
- Pesca en el Lago (solo para turistas que elijan acampar a la orilla del Lago).

EL TOUR INCLUYE:

- * Transporte terrestre.
- * Alimentación.
- * Actividades recreativas.

* **DESCRIPCIÓN DEL ITEM GALERIA**

"Los Paisajes San Pablo del Lago"
Ruta turística

INICIO
RUTA
TURÍSTICA

CULTURA

TOURS

GALERÍA

MAPA

CONTACTOS

SAN PABLO DEL LAGO
UNA ALTERNATIVA TURÍSTICA PARA TODOS

TURISMO A TU ALCANCE, TU MEJOR ELECCIÓN

Subscribase para recibir noticias
Email :

REPLAY

Paisajes de la ruta turística



Video Fiestas de San Juan



© Copyright 2012. Todos los derechos reservados

5. DESCRIPCIÓN DEL ITEM MAPA

"Los Paisajes San Pablo del Lago" Ruta turística

INICIO
RUTA
TURÍSTICA

CULTURA

TOURS


GALERÍA

MAPA

CONTACTOS

SAN PABLO DEL LAGO

UNA ALTERNATIVA TURÍSTICA PARA TODOS

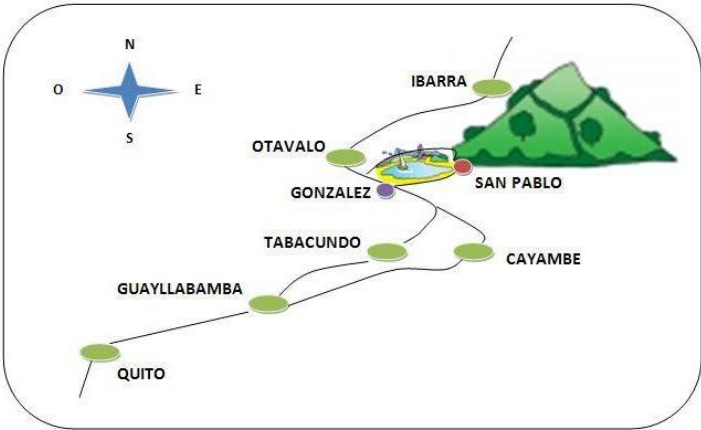


Subscribase para recibir noticias

Ubicación geográfica

Nuestra ruta turística se encuentra ubicada en la provincia de Imbabura, Cantón Otavalo, Parroquia San Pablo del Lago; Sus límites son: Al norte con Carchi, al sur con Pichincha, al este con Sucumbios y al oeste con Esmeraldas. Imbabura tiene una superficie de 4.559,3 Km² y una población de 398. 244 habitantes de los cuales 193.664 son hombres y 204.580 son mujeres y una altitud entre los 2565 hasta los 4650 m.s.n.m.

El ingreso hacia la Parroquia tiene varias alternativas, dependiendo del lugar de procedencia del turista, se lo puede hacer desde: Quito, Cayambe Tabacundo y también desde Ibarra. A continuación se muestra una guía sobre las diferentes alternativas de entrada de turistas a San Pablo del Lago:



© Copyright 2012. Todos los derechos reservados

* **DESCRIPCIÓN DEL ITEM CONTACTOS**

"Los Paisajes San Pablo del Lago"
Ruta turística

INICIO
RUTA
TURÍSTICA

CULTURA


TOURS

GALERÍA

MAPA

CONTÁCTOS

SAN PABLO DEL LAGO
UNA ALTERNATIVA TURÍSTICA PARA TODOS



REPLAY

TURISMO A TU ALCANCE, TU MEJOR ELECCIÓN

Subscribase para recibir noticias
Email :

Los Paisajes San Pablo del Lago
San Pablo del Lago, Calle Mariscal Sucre frente al parque central Simón Bolívar.

Teléfonos
Oficina: 06-2918-865
Fax: 06-2918-865
Mail: info@sanpablodelago.com

Noticias

Formulario de Contacto:

Su información

Nombres Completos:

Email :

Teléfono :

Su mensaje

Asunto :

Mensaje :

© Copyright 2012. Todos los derechos reservados

2. Mediante publicidad escrita como **TRÍPTICOS**, los cuales se distribuirán primordialmente a las agencias turísticas y a los visitantes de la zona.

T

URISMO A TU ALCANCE U MEJOR ELECCIÓN

CÓMO LLEGAR



FIESTAS CULTURALES SAN PABLO DEL LAGO

- ✦ Fiesta de San Juan 24 de junio
- ✦ Fiesta de San Pedro y San Pablo 29 de junio, aun que con frecuencia se fusiona con el Inti Raymi desde el 24 de Junio.
- ✦ Fiesta de Parroquialización 29 de mayo.
- ✦ Fiesta de la Virgen de Agua Santa, del 15 al 25 de septiembre.



www.rutarutisticalospaisajes.com



COMIDAS TÍPICAS

- ✦ Chochos con Tostado.
- ✦ Cuy
- ✦ Iritapia

Dirección: Ecuador, Provincia Imbabura,
Cantón Otavalo San Pablo del Lago.

PAQUETES TURÍSTICOS

PAQUETE N° 1

Día 1

- ✚ 07h30 Salida desde el Mirador de Gonzales Suarez.
- ✚ 08h30 Desayuno en la Hostería Cabañas del Lago.
- ✚ 10h30 Visita a la Comunidad.
- ✚ 12h30 Almuerzo.
- ✚ 13h45 Visita a la Rinconada de Cusin.
- ✚ 16h30 Cascada La Rinconada.
- ✚ 19h30 Hospedaje en la Hostería Puerto Lago.
- ✚ 20h00 Cena.
- ✚ 21h00 Crucero Tutayana.
- ✚ 22h30 Descanso.

Día 2

- ✚ 08h30 Desayuno.
- ✚ 09h30 Caminata a Culebra Rummy.
- ✚ 11h30 Caminata a la Vertiente Ojo del Quinde.
- ✚ 12h30 Almuerzo.
- ✚ 13h45 Visita al Lago San Pablo.
- ✚ 17h00 Recreación en las instalaciones de la hostería Puerto Lago.
- ✚ 19h30 Cena.
- ✚ 20h30 Fogata con marshmallows al palo.
- ✚ 21h30 Descanso.

Día 3

- ✚ 08h30 Desayuno.
- ✚ 09h30 Deportes Acuáticos.
- ✚ 12h30 Almuerzo.
- ✚ 14h00 Visita al Parque Condor.
- ✚ 17h00 Retorno a la oficina de información turística.

PRECIO POR PERSONA \$ 450

PAQUETE N° 2 TOUR FIN DE SEMANA

Sábado

- ✚ 10h00 Desayuno y salida hacia el Lago San Pablo del lago.
- ✚ 12h00 Visita al Parque Ecológico Condor.
- ✚ 14h00 Comida en el Restaurante del Parque Central de la parroquia Sampableña.
- ✚ 18h00 Salida hacia el Cerro Cusin en donde se podrá acampar.

Domingo

- ✚ 08h00 Salida a pasear en bicicleta por la vía principal que lleva al Lago San Pablo.
- ✚ 09h00 Visita al Parque Acuático.
- ✚ 10h00 Desayuno en el patio de comidas del Parque Acuático.
- ✚ 11h00 Paseos en bote por todo el Lago San Pablo.
- ✚ 13h00 Almuerzo en la zona.
- ✚ 14h00 Retorno a la oficina de información turística.

PRECIO POR PERSONA \$ 65 (SABADO 25 Y DOMINGO 40).

PAQUETE N° 3 ESTUDIANTES

- ✚ 8h00 Salida desde el Mirador de Gonzales Suarez.
- ✚ 9h00 Llegada a la parroquia de San Pablo del Lago y desayuno en uno de los restaurantes del pueblo.
- ✚ 10h00 Visita al pueblo de San Pablo y sus iglesias antiguas.
- ✚ 11h00 Visitar el Lago San Pablo y pasear la tarde en el parque acuático.
- ✚ 14h00 Almuerzo en el parque acuático.
- ✚ 15h00 Retorno a la oficina de información turística.

PRECIO POR PERSONA \$ 30

PAQUETE N° 4 TOUR CAMPING

- ✚ Práctica de Motocross.
- ✚ Caminata hacia la Orilla de La Playita Laguna San Pablo, Parque Acuático, Volcán Imbabura, Cerro La Rinconada (según elección del turista).
- ✚ Comida al aire libre en el atractivo elegido por el turista.
- ✚ Pesca en el Lago (solo para turistas que elijan acampar a la orilla del Lago).

PRECIO POR PERSONA \$ 35

TODOS LOS PAQUETES INCLUYEN:

- ✚ Transporte terrestre
- ✚ Alojamiento (de ser necesario)
- ✚ Alimentación
- ✚ Traslado a los lugares descritos en este itinerario.
- ✚ Actividades recreativas.

MIRADOR DE GONZALES



LAGO SAN PABLO



OJO DEL QUINDE



CULEBRA RUMMY



PARQUE CÓNDOR

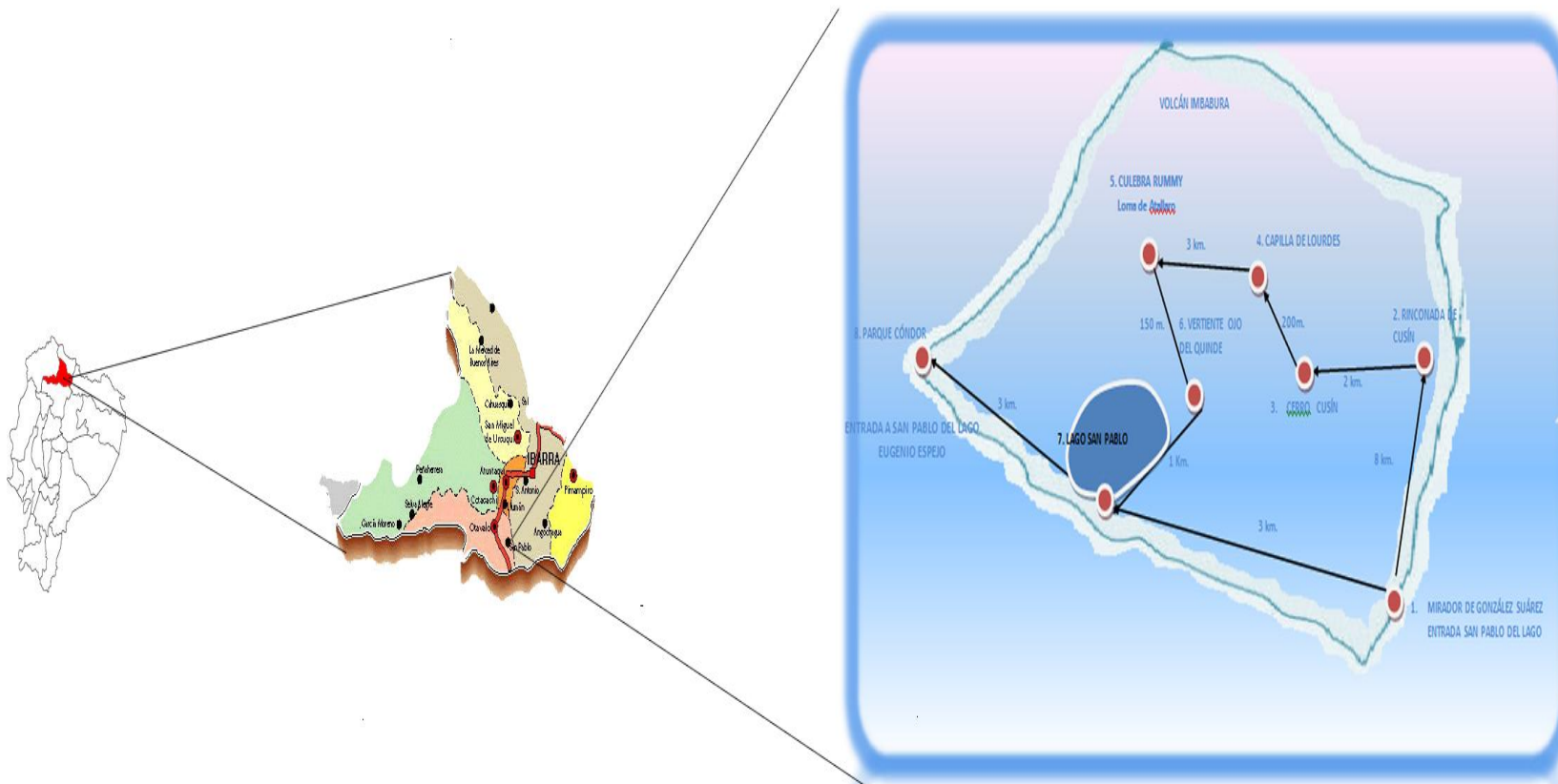


IGLESIA DE LOURDES



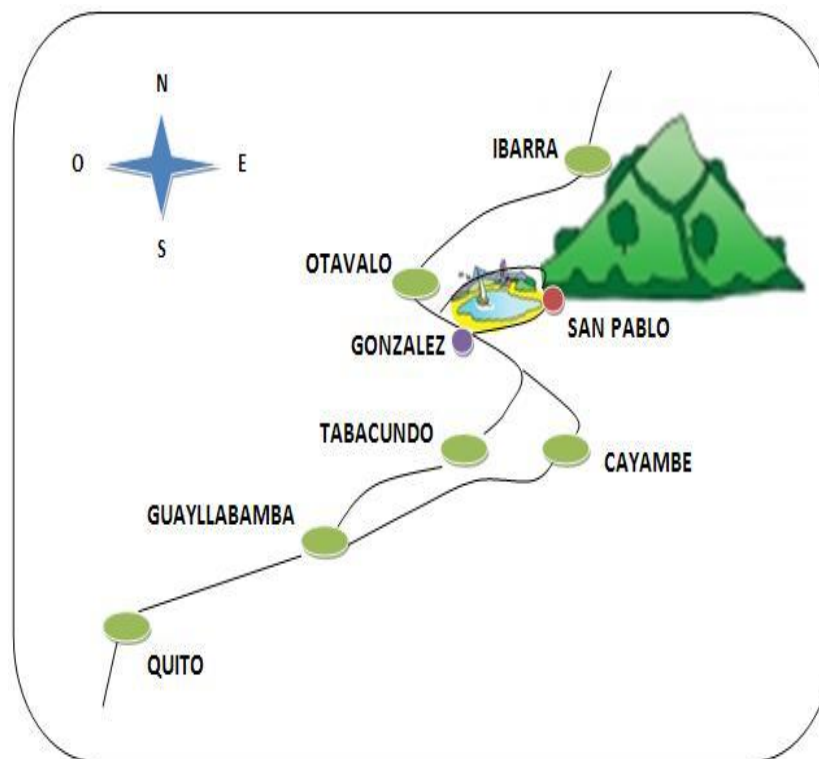
3. A través de la venta de **MAPAS** que muestren al turista las diferentes alternativas de ingreso hacia San Pablo y sus diversos atractivos así como su respectiva ubicación.

MAPA (OPCION 1)



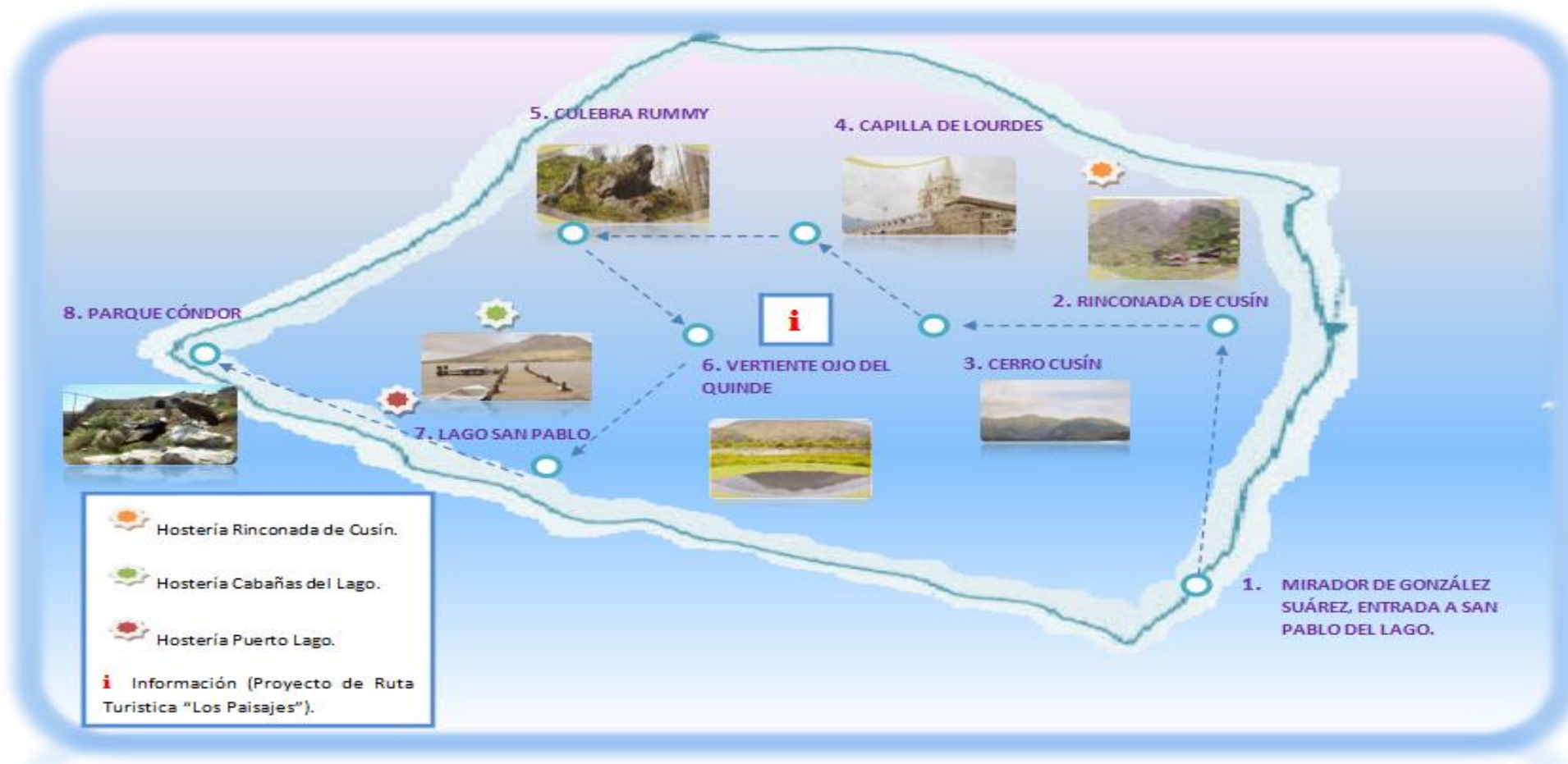
(OPCIÓN 2) MAPA ANVERSO
ALTERNATIVAS DE INGRESO HACIA LA PARROQUIA SAN PABLO DE LAGO

El ingreso hacia la Parroquia tiene varias alternativas, dependiendo del lugar de procedencia del turista, se lo puede hacer desde: Quito, Cayambe – Tabacundo y también desde Ibarra. A continuación se muestra una guía sobre las diferentes alternativas de entrada de turistas a San Pablo del Lago:



MAPA REVERSO

RUTA TURISTICA "LOS PAISAJES" SAN PABLO DE LAGO



4.15 Estimación De Costos

4.15.1 Inversión Inicial

Para la estimación de costos del proyecto de ruta turística de “Los Paisajes” en San Pablo de Lago, se ha realizado proformas mediante información dada en distintos establecimientos, las cuales se presentaron a las autoridades de la Junta Parroquial, para escoger al posible proveedor.

<u>CUADRO Nº 53</u>			
<u>PROYECTO DE RUTA TURISTICA DE "LOS PAISAJES"</u>			
<u>SAN PABLO DE LAGO</u>			
INVERSION INICIAL			
ACTIVO CORRIENTE:			
Realizable:			
Útiles de Oficina		147,40	
Total Activo Corriente:			147,40
ACTIVOS FIJOS:			
Depreciables:			
Equipo de Computo		2.220,90	
Equipo de Oficina		99,60	
Sacapuntas Eléctrico	44,00		
Teléfono fax	55,60		
Muebles y Enseres		1.355,60	
Basurero	24,60		
Escritorio	640,00		
Archivador Metálico	190,00		
Silla Giratoria	256,00		
Sillón 3 puestos	245,00		
Total Activos Fijos:			3.676,10
TOTAL ACTIVOS:			3.823,50

4.16 Inversión Total del Proyecto y Financiamiento

Para la inversión total se toma en cuenta el capital de trabajo neto de cada año³⁷, este valor es el patrimonio en cuenta corriente, es decir, los recursos monetarios que necesita el Proyecto de Ruta Turística “Los Paisajes”.

<u>CUADRO Nº 54</u>		
<u>PROYECTO DE RUTA TURISTICA DE "LOS PAISAJES"</u>		
<u>SAN PABLO DE LAGO</u>		
FINANCIAMIENTO		
AÑO 2.012		
CAPITAL DE TRABAJO NETO:		3.266,39
INVERSIÓN:		3.823,50
INVERSION TOTAL:		7.089,89
Junta Parroquial:	100%	7.089,89
TOTAL FINANCIAMIENTO:	100%	7.089,89

4.17 Estado de Pérdidas y Ganancias

El estado de pérdidas y ganancias es calculado sin tomar en cuenta el 15% de participación utilidades y sin el 25% de impuesto a la renta³⁸, obteniendo una utilidad neta del ejercicio que podrá servir para la autogestión de proyecto.

³⁷ Ver forma de cálculo en anexos financieros

³⁸ **Ingresos No Tributarios:** “Son ingresos no tributarios: Los demás bienes y recursos que puedan obtener por autogestión”

<p align="center">CUADRO Nº 55</p> <p align="center">PROYECTO DE RUTA TURISTICA DE "LOS PAISAJES"</p> <p align="center">SAN PABLO DE LAGO</p> <p align="center">ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS</p> <p align="center">AL 31 DE DICIEMBRE DE CADA AÑO</p>						
DETALLE		2.012	2.013	2.014	2.015	2.016
(=)	VENTAS	8.081,14	4.423,56	4.738,08	5.052,59	5.367,10
(-)	COSTO DE PRODUCCIÓN	1.270,00	1.340,00	1.380,20	1.421,61	1.464,25
(=)	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	6.811,14	3.083,56	3.357,88	3.630,98	3.902,84
(-)	GTOS DE VENTAS	2.290,45	2.230,45	2.230,45	2.230,45	2.230,45
(=)	UTILIDAD NETA EN VENTAS	4.520,69	853,11	1.127,42	1.400,53	1.672,39
(-)	GTOS ADMINISTRATIVOS	357,36	357,36	357,36	357,36	357,36
(=)	UTILIDAD OPERACIONAL	4.163,33	495,76	770,07	1.043,17	1.315,03
(-)	GTOS FINANCIEROS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	4.163,33	495,76	770,07	1.043,17	1.315,03
TASA DE CRECIMIENTO DE LA UTILIDAD			(88,09)	55,33	35,47	26,06
PRECIO (P)		14,16	7,20	7,20	7,20	7,20
CANTIDAD (Q)		571	614	658	702	745

El valor de las ventas proviene de la comercialización de mapas, la comisión por servicio de guías turísticos y mediante un convenio realizado entre la Junta Parroquial y los propietarios de los servicios privados, se ha considerado entregar una comisión del 2.2% por cada venta de los paquetes para el proyecto de ruta turística en el año 2.012, y para el periodo 2.013 – 2.016 se consideró el 1% debido a que el proyecto ya se encontrará en ejecución. La disminución en el porcentaje por el ingreso de cada paquete vendido a partir del segundo año no constituye una pérdida porque a partir del tercero empiezan a incrementarse debido a que la empresa ya está puesta en marcha.

4.18 Evaluación Económica y Financiera

4.18.1 Evaluación Económica

Define la factibilidad de una inversión tomando en cuenta los objetivos que persigue un proyecto midiendo todos los efectos de la inversión en el sistema económico.

4.18.1.1 Valor Actual Neto (V.A.N.)³⁹

El VAN es la diferencia de todos los ingresos y egresos al valor actual representando los recursos líquidos que quedan a favor de la empresa al final de su vida útil.

La tasa que vamos a utilizar para el cálculo del VAN es el (12,44%), la cual se obtuvo sumando la tasa pasiva promedio 4,26% y la tasa del riesgo país, que es el 8,18%.

La fórmula simplificada del V.A.N. es:

$$V.A.N. = \sum_{n=0}^n \frac{\text{Flujo Neto}}{(1 + i)^n}$$

³⁹ MUÑOZ Mario, Perfil de Factibilidad , Primera Ed. Pg. 148

CUADRO Nº 56
PROYECTO DE RUTA TURISTICA DE "LOS PAISAJES"
SAN PABLO DE LAGO

CALCULO DEL V.A.N.
PERIODO 2.012 - 2.016

				12,44%
Años	Flujo de Ingresos	Flujo de Egresos	Flujo Neto	V.A.N Actualizado Flujo Neto
0	0	3.797,11	(3.797,11)	(3.797,11)
2.012	8.107,53	6.532,78	1.574,75	1.400,53
2.013	5.998,32	3.276,39	2.721,93	2.152,95
2.014	7.460,00	3.343,39	4.116,61	2.895,86
2.015	9.169,20	3.399,40	5.769,79	3.609,75
2.016	11.136,89	3.443,29	7.693,60	4.280,80
VALOR ACTUAL:			21.876,68	10.542,78

Fuente: Elaboración del Cuadro de Fuentes y Usos.

Elaborado por: Las Autoras.

El Valor Actual Neto del Proyecto de Ruta Turística de “Los Paisajes”, tuvo como resultado \$ 10.542,78 dicho valor es positivo; y se puede considerar la inversión como atractiva y que genera mayores beneficios que colocando los recursos involucrados a la tasa mínima de atraktividad [costo de oportunidad] que es la que se está utilizando para la actualización.

4.18.1.2 Tasa Interna De Retorno (T.I.R.)

“La tasa interna de retorno es aquella que al aplicarla en la actualización de los flujos de beneficios y costos hace que la diferencia entre los mismos, en términos de valores actuales, sea igual a cero”⁴⁰

La interpolación para encontrar la T.I.R. se realiza utilizando la siguiente fórmula:

⁴⁰ MUÑOZ Mario, Perfil de Factibilidad , Primera Ed. Pg. 167

$$T.I.R. = tm + \left[\frac{V.A.N. \text{ } tm}{(V.A.N. \text{ } tm + V.A.N. \text{ } TM)} \right] (TM - tm)$$

Donde:

- ❖ **tm** = Tasa Menor
- ❖ **TM** = Tasa Mayor
- ❖ **V.A.N. tm** = Valor Actual Neto de la tasa menor
- ❖ **V.A.N. TM** = Valor Actual Neto de la tasa mayor

CUADRO Nº 57
PROYECTO DE RUTA TURÍSTICA "LOS PAISAJES"
SAN PABLO DEL LAGO

CALCULO DEL T.I.R.
PERIODO 2.012 – 2.016

				12,44%	30,00%
Años	Flujo de Inversiones	Flujo de Operaciones	Flujo Neto	V.A.N Actualizado Flujo Neto	V.A.N Actualizado Flujo Neto
0	(3.797,11)	-	(3.797,11)	(3.797,11)	(3.797,11)
2.012	(3.266,39)	4.814,75	1.548,36	1.377,05	1.191,05
2.013	-	1.147,17	1.147,17	1.020,26	678,80
2.014	26,80	1.421,49	1.448,29	1.288,05	659,21
2.015	41,41	1.694,59	1.736,00	1.543,93	607,82
2.016	42,65	1.966,45	2.009,10	1.786,82	541,11
VALOR ACTUAL:				3.219,00	(119,12)

Fuente: Elaboración del Cuadro de Fuentes y Usos.

Elaborado por: Las Autoras.

La tasa interna de retorno T.I.R. para el Proyecto de Ruta Turística de “Los Paisajes”, es del 30,00% lo cual representa:

1. La tasa de interés que podría pagar el proyecto por préstamos para su financiamiento deberá ser inferior al 30,00%.

2. Al comparar la T.I.R. con la tasa de oportunidad del inversionista 12,44% encontramos que la primera es mayor que esta última con lo cual el proyecto es atractivo.

4.18.1.3 Relación Beneficio/Costo

Se rige a medir la bondad del proyecto relacionando las ventajas y desventajas del mismo, la relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto indicándonos el grado de desarrollo y bienestar que el proyecto puede generar. La tasa de interés utilizada para el descuento de los flujos de beneficios y costos es la misma que las analizadas para el caso del V.A.N.

La fórmula de cálculo es la siguiente:

$$R_{B/C} = \frac{\text{Valor Actual}_{\text{Beneficios}}}{\text{Valor Actual}_{\text{Costos}}}$$

CUADRO Nº 58
PROYECTO DE RUTA TURISTICA "LOS PAISAJES"
SAN PABLO DEL LAGO

CALCULO DE LA RELACION Beneficio/Costo
PERIODO 2.012 – 2.016

			12,44%	
Años	Beneficios	Costos	Valor Actual de los Beneficios	Valor Actual de los Costos
0	0	3.797,11	0	(3.797,11)
2.012	8.107,53	6.532,78	7.210,54	5.810,01
2.013	5.998,32	3.276,39	4.744,47	2.591,52
2.014	7.460,00	3.343,39	5.247,79	2.351,93
2.015	9.169,20	3.399,40	5.736,51	2.126,76
2.016	11.136,89	3.443,29	6.196,69	1.915,89
VALOR ACTUAL:			29.136,00	10.999,00

Fuente: Elaboración del Cuadro de Fuentes y Usos.

Elaborado por: Las Autoras.

$$R_{B/C} = \frac{29.136,00}{10.999,00}$$

$$R_{B/C} = 2,65$$

Tenemos que la relación beneficio/costo del Proyecto de Ruta Turística “Los Paisajes” es de 2,65 es decir, que por cada dólar invertido se recupera \$1,65 dólares que es beneficioso, al obtener la relación beneficio/costo un valor mayor a uno el proyecto se vuelve viable.

4.18.1.4 Periodo De Recuperación De La Inversión

Este indicador de evaluación económica se utiliza para conocer mediante la TIR el tiempo con que retorna la inversión.

La fórmula de cálculo es la siguiente:

$$P.R. = \frac{100}{T.I.R.}$$

$$P.R. = \frac{100}{30,00}$$

El periodo de recuperación de la inversión es de 3,33 es decir, que se va a recuperar la inversión realizada en el proyecto en 3 años, 3 meses, 9 días.

4.18.2 Evaluación Financiera

Para nuestro Proyecto se ha considerado los siguientes métodos de evaluación financiera:

4.18.2.1 Punto De Equilibrio

Se realiza para conocer el volumen físico de producción, el monto de ventas o el porcentaje de la capacidad utilizada requeridos para que los costos totales se igualen a los ingresos.

Fórmula para el cálculo del Punto de Equilibrio

Volumen de Ventas [Y_e]

$$Y_e = \left(\frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables Unitarios}}{\text{Precio}}} \right)$$

CUADRO Nº 59					
PUNTO DE EQUILIBRIO					
	2.012	2.013	2.014	2.015	2.016
Q_e	221,86	515,61	507,15	500,14	494,26
Y_e	3.141,52	3.712,37	3.651,49	3.600,99	3.558,69
U_e	0,39	0,84	0,77	0,71	0,66

El Proyecto de Ruta Turística de “Los Paisajes”, para el 2012 obtendrá un nivel de ventas de \$3.141,52 que representa el 39,00% del total de ventas, lo que quiere decir que el proyecto está fuera de riesgo. El punto de equilibrio obtenido indica que de las ventas totales, el 39,00% es empleado para el pago de costos fijos y variables y el restante el 61,00% es la utilidad neta que obtiene la empresa.

4.18.2.2 Precio de Equilibrio y Margen de Ganancia

PRECIO DE EQUILIBRIO Y MARGEN DE GANANCIA

Formula del Precio de Equilibrio [P_e]

$$Pe = cm$$

$$cm = \frac{CT}{Q}$$

Formula del Margen de Ganancia [Mg]

$$Mg = PM - Pe$$

CUADRO N°60

RUBROS	2.012	2.013	2.014	2.015	2.016
P_e	6,86	6,39	6,03	5,71	5,44
Mg	7,30	0,81	1,17	1,49	1,76

El Proyecto de Ruta Turística de “Los Paisajes”, podrá bajar sus precios hasta \$6,86 obteniendo un margen de ganancia del 7,30% que le permitirá cubrir solo sus costos.

4.19 Fuentes de Financiamiento

La fuente de financiamiento para el Proyecto de Ruta Turística de “Los Paisajes”, vendrá del presupuesto anual asignado a la Junta Parroquial de San Pablo de Lago.

CAPITULO V.
CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS, DEMOSTRACIÓN DE HIPÓTESIS,
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Cumplimiento de Objetivos

5.1.1 Cumplimiento del Objetivo General

➤ **Objetivo General**

Determinar la factibilidad y sostenibilidad de la implementación de la ruta turística “Los Paisajes” en términos sociales y financieros.

➤ **Cumplimiento**

Mediante la culminación del Proyecto de Ruta Turística de “Los Paisajes” en San Pablo de Lago, se cumple el objetivo general propuesto al inicio de la investigación, debido a que el impulso del turismo en la Parroquia contribuirá con su desarrollo en términos sociales y financieros, creando nuevas fuentes de trabajo e ingresos tanto para la Junta Parroquial como para la Comunidad. Es importante destacar que el proyecto es factible y sostenible, después que se ha realizado la investigación en el segundo capítulo en aspectos: sociales, económicos, financieros y por supuesto un manejo adecuado de los recursos que poseen.

5.1.2 Cumplimiento de Objetivos Específicos

➤ **Objetivos Específicos**

1. Comprobar si la presencia de un mercado nacional e internacional permitirá generar factibilidad y sostenibilidad de la ruta de “Los Paisajes”.

2. Determinar si el marketing provocará sostenibilidad en la implementación de la ruta de “Los Paisajes”.
3. Establecer la rentabilidad de la ruta, como condición para su sostenibilidad y factibilidad.
4. Determinar que un mejoramiento en los ingresos de la población provocaría la sostenibilidad de la ruta “Los Paisajes”.

➤ **Cumplimiento**

Con la elaboración del capítulo II y III de nuestra tesis, podemos decir que hemos cumplido con el **primer objetivo específico** planteado, mediante la recopilación de información sobre aspectos relevantes de la Parroquia San Pablo del Lago, como son: económico, cultural, social, ambiental, establecimientos de alojamiento, gastronómicos, recreativos, servicios de comunicación, accesibilidad, motivaciones turísticas y un análisis de la demanda turística nacional e internacional mediante la encuesta realizada, puesto que esto tienen una relación directa con el turismo y la apertura de nuestra ruta.

Al realizar el capítulo IV, se puede concluir que se da cumplimiento al segundo, tercer y cuarto objetivos específicos planteados en nuestra tesis. En lo referente al **segundo objetivo** debido a que se analiza el producto, precio, plaza y promoción para la implementación de nuestra ruta.

En lo concerniente al **tercer objetivo** mediante la estimación de costos, inversión del proyecto y el estudio económico, se determina la existencia de la rentabilidad e implementación de nuestra ruta turística.

Para finalizar con el **cuarto objetivo** específico planteado, se realizó la Propuesta del Proyecto de Ruta Turística de “Los Paisajes” para la Parroquia San Pablo del Lago, debido a que con este proyecto ayudaremos al

mejoramiento de los ingresos de la población, ofertando sus diversos atractivos e incrementando el turismo tanto para el visitante nacional como extranjero.

5.2. Demostración de Hipótesis

➤ Hipótesis

1. Existe un mercado nacional e internacional que tiene interés por acceder a la ruta turística “Los Paisajes” de San Pablo del Lago.
2. El Marketing garantiza la sostenibilidad de la demanda.
3. Existe rentabilidad de la ruta turística “Los Paisajes” de San Pablo del Lago.
4. Provoca un mejoramiento en los ingresos de la comunidad del área de influencia de la ruta.

➤ Demostración

Según datos del Estudio de Mercado y del Ministerio de Turismo anexados en el Capítulo III, existe un mercado interesado en acceder a la ruta turística en la Parroquia San Pablo del Lago, en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura. Ya que éste se encuentra difundido a nivel nacional e internacional pero la mayor parte de afluencia turística corresponde a la visita del lago San Pablo, esto es debido a la falta de promoción de los diversos atractivos turísticos que posee la Parroquia y a la falta de interés que tiene los dirigentes por rescatar sus recursos y potencializarlos.

Mediante el estudio de las variables de marketing se demostró que mediante campañas publicitarias se puede incentivar a los turistas a cuidar y manejar adecuadamente los recursos naturales y culturales existentes en nuestro proyecto turístico.

El estudio económico y financiero demuestra que si existe rentabilidad en la ruta ya que se obtiene el retorno de la inversión en los cinco años de vida del proyecto.

Indiscutiblemente la implementación de este proyecto provoca un mejoramiento en los ingresos de la comunidad del área de influencia de la ruta ya que con el ingreso obtenido por la venta de los paquetes turísticos, se puede reinvertir en programas o proyectos de apoyo a la comunidad y con el aumento de turistas se generan mayores fuentes de trabajo.

5.3 Conclusiones

- La población de San Pablo de Lago según los dos últimos censos ha ido en aumento de 9. 106 habitantes en el 2.001 a 9. 902 en el 2.010, actualmente está constituida en su mayoría por mujeres con un 52,52% y un 47.48% hombres constituyéndose una PEA de 7701, ya que las empresas florícolas y de guantes se instalaron en la zona generando empleo para la población.
- El salario que perciben los pobladores de San Pablo por parte de las florícolas es bajo, por lo que la mayoría de la población debe buscar trabajo fuera de la Parroquia sometiéndose a la explotación laboral debido a que la remuneración que reciben oscila entre los 80 y 150 dólares.
- La Parroquia San Pablo de Lago tiene una deficiencia en el área de salud ya que no cuenta con la infraestructura necesaria para la atención pública. Por ello se está desarrollando un proyecto para la construcción de una Maternidad gratuita para la Comunidad y sectores aledaños a la zona.
- Con respecto a la educación la Parroquia cuenta con establecimientos para su formación, pero éstos carecen de instrumentos tecnológicos que faciliten el avance educativo.
- San Pablo de Lago no cuenta con la señalización necesaria que permita al turista el acceso a los diversos atractivos que posee la Parroquia.
- En la Parroquia San Pablo del Lago existen 11 atractivos turísticos dispersos entre las comunidades que conforman la ruta “Los Paisajes”, se pueden realizar actividades recreacionales como: cabalgatas, ciclismo, motocross, deportes acuáticos, paseo en bote por el Lago San

Pablo, visita al parque ecológico y juegos infantiles al aire libre para los niños.

- La oferta turística demuestra que la Parroquia cuenta con establecimientos de alojamiento y gastronomía a nivel privado, por lo cual los ingresos no favorecen a la comunidad ni a San Pablo en general.
- Mediante la encuesta de demanda turística aplicada a 114 personas aleatoriamente, se desprende que del total de visitantes el 77,2% corresponde a turistas nacionales y el 22,8% a extranjeros provenientes en su mayoría de Colombia, El Salvador y E.E.U.U. y la India.
- Los problemas de mayor magnitud encontrados en San Pablo de Lago por parte de los turistas son: 20,6% no encontraron variedad de restaurantes, 33,8% opinan que existe una deficiencia en señalización, 21,3% aseguran que no se promociona adecuadamente a la Parroquia, 9,6% se refieren a la falta transporte y 14,7% a la insuficiencia de cajeros automáticos.
- De la totalidad de encuestados el 17,8% prefiere las cascadas, al 16,3% le agrada las lagunas, el 13,6% se inclina por los ríos, el 10,7% prefiere las vertientes, el 8,1% gusta de los parques ecológicos, el 6,4% de las iglesias, el 13% opta por comida, el 14% elige las fiestas culturales mientras que en menor proporción con un 0,2% elige al turismo arqueológico.
- En cuanto a la gastronomía el 45,9% prefiere la comida típica, el 20,1% gusta de los mariscos, el 10,3% la comida rápida, el 16% fritada/hornado, el 7,2% parrilladas mientras que el 0,5% prefiere otro tipo de comidas.

- Para la elaboración de los diversos paquetes turísticos se tomó en cuenta que el 33,3% de los turistas prefieren hoteles, el 28,7% cabañas, el 14,9% se inclina por vivienda de amigos/familiares, el 3,6% vivienda propia, el 16,9% camping mientras que el 2,6% usa vivienda de alquiler.

- Con la colaboración de las autoridades de la Junta Parroquial de San Pablo de Lago se logró desarrollar el proyecto de ruta turística Los Paisajes, el cual permitirá el incremento de la actividad turística en la zona. Por ende es viable que la Parroquia invierta en el presente proyecto ya que ofrece una rentabilidad tanto económica como financiera.

5.4 Recomendaciones

- Se recomienda organizar reuniones entre el Ministerio del Ambiente y la Junta Parroquial de San Pablo de Lago, planteando los problemas específicos del uso inadecuado de los desechos tóxicos de las florícolas que afectan tanto a la población como a uno de sus mayores atractivos el Lago San Pablo.
- La Junta Parroquial de San Pablo en conjunto con el Municipio de Otavalo y el Ministerio de Turismo deberán ser los organizadores de la promoción de los atractivos existentes en San Pablo mediante la utilización de los instrumentos planteados como son: la pagina web, los trípticos y mapas.
- Se recomienda a la Junta Parroquial de San Pablo de Lago poner en marcha el proyecto de ruta turística para que se convierta en una fuente de empleo y de ingresos extras para la Comunidad.
- Se recomienda a la Junta Parroquial de San Pablo de Lago, realizar los trámites respectivos para la agilización del proyecto de maternidad financiado por organismos internacionales y el Municipio de Otavalo.
- Se recomienda a la Junta Parroquial realizar las gestiones respectivas para que las escuelas y colegios obtengan los equipos y suministros necesarios para el óptimo desarrollo educativo.
- Es primordial que las autoridades de la Junta Parroquial gestionen con el Ministerio de Obras Públicas la señalización de toda la zona ya que solo existe información de la misma al ingreso de la Parroquia y no dentro de ella.
- Es necesario que las autoridades de la Junta Parroquial y la Comunidad, se interesen en impulsar el turismo mediante un manejo sustentable de

los recursos existentes tanto naturales como culturales, provocando así un desarrollo económico, cultural y social.

- Se recomienda a la Junta Parroquial de San Pablo del Lago, realizar alianzas estratégicas con los empresarios hoteleros y gastronómicos de la zona para obtener un porcentaje de ganancia por los servicios prestados mediante la venta y promoción de los paquetes turísticos, beneficiando al turista con un servicio de calidad y buen precio.
- Se recomienda a las autoridades pertinentes ejecutar el proyecto de Ruta Turística de “Los Paisajes”, mediante el planteamiento de diferentes estrategias, acciones y una enérgica campaña publicitaria. Generando fuentes de trabajo para la comunidad y aportando con el crecimiento económico y social de la Parroquia.



GOBIERNO PARROQUIAL DE SAN PABLO DEL LAGO
2009-2014
IMBABURA-SAN PABLO-ECUADOR

San Pablo del Lago, 14 de Diciembre del 2011
Oficio Nº 354-GPSPL

Economista.

Marco Posso Zumárraga.

**DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS DE LA UNIVERSIDAD
CENTRAL DEL ECUADOR**

Presente.-

De mi consideración:

Reciba un cordial saludo del Gobierno Parroquial de San Pablo del Lago, augurándole éxitos en sus funciones.

Por medio del presente me dirijo a usted para comunicarle que el Gobierno Parroquial autorizó la elaboración del Proyecto de Ruta Turística de los Paisajes en San Pablo del Lago a las señoritas Ana Belén Chicaiza Sanguano y María Paula Méndez Cadena

Por su atención a la presente expreso con antelación mi agradecimiento.

Atentamente,



Sr. Fausto Proaño A.

PRESIDENTE DEL G.P.S.P.L



**JUNTA PARROQUIAL DE
SAN PABLO DEL LAGO**

Dirección Chiriboga Edificio Casa Parroquial
Telefax: (06) 2 918-815

ANEXO Nº 2
FORMATO DE LA ENCUESTA APLICADA



UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
ESCUELA DE ECONOMIA



Número de Cuestionario

de

ENCUESTA DE DEMANDA TURISTICA PARA LA PROVINCIA DE IMBABURA, CANTON OTAVALO,
PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO.

La información recolectada es estrictamente confidencial y será utilizada únicamente con fines estadísticos y de manera agregada.

I. UBICACIÓN GEOGRAFICA DE LOS ENCUESTADOS:

1.1. Provincia:..... 1.2. Cantón:.....
1.3. Cabecera Cantonal o Parroquia Rural:..... 1.4. Zona:.....
1.5. Sector:..... 1.6. Número de la Vivienda:.....
1.7. Dirección Domiciliaria:.....

Sección 1: CARACTERISTICAS GENERALES

1. Cuantos años cumplidos tiene :
2. Género: Femenino Masculino.....
3. Lugar de Procedencia: Nacional ----- Pase a la pregunta 4
Extranjero..... ----- Pase a la pregunta 5
4. Ciudad de Origen: 5. País de Origen:
6. Nivel de Instrucción: Ninguno Superior
Primaria Tecnológico/Tecnólogo
Secundaria Postgrado
7. Se encuentra trabajando actualmente: Si ----- Pase a la pregunta 8
No
8. Profesión:
- Miembros del Poder Ejecutivo, del Cuerpo Legislativo y Personal
- Directivo de la Administración Pública y de Empresas
- Profesionales Científicos e Intelectuales

- Técnicos Profesionales de Nivel Medio
- Empleados de Oficina
- Trabajadores de los Servicios y Vendedores de Comercio y Mercados
- Oficiales, Operarios y Artesanos de Artes Mecánicas/ Otros Oficios
- Maquinaria Montadores
- Fuerzas Armadas
- Policía Nacional
- Trabajadores no Calificados
- Otros

Sección 2: CARACTERISTICAS SOCIO-DEMOGRAFICAS:

1. **Conoce la Parroquia San Pablo del Lago:** Si ----- Pase a la pregunta 2
No ----- Pase a la pregunta 9
2. **Cuántas veces ha visitado la Parroquia San Pablo del Lago:**
..... De una a dos veces De dos a tres veces Tres veces o más
3. **Con qué frecuencia visita la Parroquia San Pablo del Lago:**
..... Diaria Semanal Mensual Eventual
4. **Qué tiempo permaneció en la Parroquia San Pablo del Lago:**
..... De una a 24 Horas De 24 a 48 Horas
..... De 48 a 72 Horas De 72 o Más
5. **Porque motivo visitó la Parroquia San Pablo del Lago:**
..... Visita
..... Trabajo
..... Estudios
..... Entretenimiento
..... Turismo ----- Pase a la pregunta 6
..... Otros
Especifique:.....
6. **Qué fue lo que más le gustó en su visita a la Parroquia San Pablo del Lago:**
..... Paisajes Laguna Restaurantes
..... Hoteles
7. **Qué problemas encontró en su visita a la Parroquia San Pablo del Lago:**
..... Falta de transporte Falta de señalización Falta
de Cajeros Automáticos
..... Poca variedad de restaurantes Falta de promoción
8. **A través de qué medios se enteró de la existencia de la Parroquia San Pablo del Lago:**
..... Radio Televisión Referencia Familiares
..... Referencia de Amigos
..... Publicidad Internet Otros
Especifique:.....
9. **Le gustaría visitar la Parroquia San Pablo del Lago:**
..... Si ----- Pase a la pregunta 10 y Sección 3
..... No ----- Fin de la Encuesta.
10. **Porqué le gustaría visitar la Parroquia de San Pablo del Lago:**
..... Trabajo Negocios

..... Visita amigos/familiares

..... Conocer la zona

Sección 3: PROPENSIÓN A SALIR DE TURISMO

1. En el último año, cuantas veces salió de turismo:

..... De Una a Dos veces

..... De Tres a Cuatro veces

..... De Cinco veces y más

2. Cuando viaja por turismo cuanto permanece:

..... Menos de un día

..... Uno-Dos días

..... Dos-Tres días

..... Tres-Cuatro días

..... Cinco y más días

3. Qué tipo de turismo prefiere:

..... Turismo Ecológico

..... Turismo Deportivo

..... Agroturismo

..... Turismo de Aventura

..... Turismo Cultural

..... Turismo Investigativo

4. Que atractivos turísticos le gustan:

..... Cascada

..... Ríos

..... Lagunas

..... Vertientes

.....

..... Parque Ecológico

..... Iglesia

..... Comidas

..... Fiestas Culturales

..... Otros

Especifique:.....

5. Qué factores considera usted, para decidir a donde salir de turismo:

..... El clima
entretenimiento

..... La atención y el trato de la gente

..... El costo del viaje

..... El

..... La comida

..... La higiene

..... La seguridad

..... Las fiestas
turísticas

..... Los atractivos

..... Otros

Especifique:.....

6. Cuando viaja por turismo usted va:

..... Solo

..... Acompañado

----- Cuantos

--	--

7. Cuando viaja por turismo que tipo de transporte utiliza:

..... Vehículo particular

..... Vehículo rentado

..... Bus

..... Otros

Especifique:.....

8. Qué tipo de comida prefiere:

..... Comida típica

..... Comida rápida

..... Parrilladas

..... Mariscos

..... Fritada/Hornado

..... Otros

Especifique:.....

9. Qué tipo de Alojamiento prefiere:

..... Vivienda propia
alquiler

..... Vivienda de familiares y amigos

..... Vivienda de

..... Hoteles

..... Camping

..... Cabañas

..... Otros

Especifique:.....

Sección 4: SITUACION ECONOMICA:

1. Cuando viaja por turismo cuánto gasta por día:

Alimentación

- Menos de 5 dólares
- De 5 a 10 dólares
- De 10 a 15 dólares
- De 15 a 20 dólares
- De 20 dólares o más

Movilización

- Menos de 5 dólares
- De 5 a 10 dólares
- De 10 a 15 dólares
- De 15 a 20 dólares
- De 20 dólares o más

Hospedaje

- Menos de 5 dólares
- De 5 a 10 dólares

Especifique:.....

- De 10 a 15 dólares
- De 15 a 20 dólares
- De 20 dólares o más

..... Otros \$.....

2. La forma de pago que usted prefiere hacer es:

- Efectivo
- Tarjeta de crédito
- Cheques

DATOS DE LA ENCUESTADORA:

- 4.4. Nombre del encuestador/a :
.....
- 4.5. Fecha de elaboración de la encuesta :
.....

ANEXO Nº 3.
RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA

SECCIÓN 1: CARACTERISTICAS GENERALES

1. ¿CUÁNTOS AÑOS CUMPLIDOS TIENE?

		Frecuencia	Porcentaje válido ⁴¹	Porcentaje acumulado ⁴²
Válidos	18	2	1,8	1,8
	19	3	2,6	4,4
	20	5	4,4	8,8
	21	4	3,5	12,3
	22	7	6,1	18,4
	23	5	4,4	22,8
	24	7	6,1	28,9
	25	14	12,3	41,2
	26	14	12,3	53,5
	27	6	5,3	58,8
	28	3	2,6	61,4
	29	6	5,3	66,7
	30	4	3,5	70,2
	31	5	4,4	74,6
	32	6	5,3	79,8
	34	2	1,8	81,6
	35	5	4,4	86,0
	36	2	1,8	87,7
	37	1	,9	88,6
	38	3	2,6	91,2
	39	2	1,8	93,0
	45	1	,9	93,9
	47	1	,9	94,7
	50	1	,9	95,6
	51	1	,9	96,5
	52	2	1,8	98,2
	53	1	,9	99,1
	57	1	,9	100,0
	Total	114	100,0	

⁴¹ El porcentaje valido representa el resultado de dividir la frecuencia de la categoría sobre el número total de valores validos.

⁴² *Porcentaje acumulado* es el resultado de la suma del porcentaje valido de las diferentes categorías de la variable.

2. GÉNERO

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	FEMENINO	62	54,4	54,4
	MASCULINO	52	45,6	100,0
	Total	114	100,0	

3. LUGAR DE PROCEDENCIA

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NACIONAL	88	77,2	77,2
	EXTRANJERO	26	22,8	100,0
	Total	114	100,0	

4. PAIS DE ORIGEN

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	CHILE	1	3,8	3,8
	INGLATERRA	2	7,7	11,5
	ITALIA	1	3,8	15,4
	CUBA	1	3,8	19,2
	ALEMANIA	1	3,8	23,1
	EL SALVADOR	3	11,5	34,6
	VENEZUELA	1	3,8	38,5
	COLOMBIA	9	34,6	73,1
	CHINA	1	3,8	76,9
	EE.UU.	2	7,7	84,6
	INDIA	2	7,7	92,3
	FRANCIA	2	7,7	100,0
	Total	26	100,0	
Perdidos		88		
Total		114		

5. NIVEL DE INSTRUCCIÓN

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	PRIMARIA	4	3,5	3,5
	SECUNDARIA	41	36,0	39,5
	SUPERIOR	58	50,9	90,4
	TECNOLÓGICO/TECNÓLOGO	9	7,9	98,2
	POSTGRADO	2	1,8	100,0
	Total	114	100,0	

6. ¿SE ENCUENTRA TRABAJANDO ACTUALMENTE?

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	87	76,3	76,3
	NO	27	23,7	100,0
	Total	114	100,0	

7. PROFESIÓN

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MIEMBROS DEL PODER EJECUTIVO, DEL CUERPO LEGISLATIVO Y PERSONAL	1	1,1	1,1
	DIRECTIVO DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y DE EMPRESAS	3	3,4	4,6
	PROFESIONALES CIENTÍFICOS E INTELECTUALES	5	5,7	10,3
	TÉCNICOS PROFESIONALES Y DE NIVEL MEDIO	4	4,6	14,9
	EMPLEADOS DE OFICINA	23	26,4	41,4
	TRABAJADORES DE LOS SERVICIOS Y VENDEDORES DE COMERCIO Y MERCADOS	9	10,3	51,7
	OFICIALES, OPERATIVOS Y ARTESANOS DE ARTES MECÁNICOS / OTROS OFICIOS	4	4,6	56,3
	MAQUINARIA MONTADORES	1	1,1	57,5
	FUERZAS ARMADAS	2	2,3	59,8
	POLICÍA NACIONAL	5	5,7	65,5
	TRABAJADORES NO CALIFICADOS	4	4,6	70,1
	OTROS	26	29,9	100,0
	Total	87	100,0	
Perdidos	0	27		
Total		114		

SECCIÓN 2: CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

1. ¿CONOCE LA PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO?

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	79	69,3	69,3
	NO	35	30,7	100,0
	Total	114	100,0	

2. ¿CUÁNTAS VECES HA VISITADO LA PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO?

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	DE UNA A DOS VECES	37	46,8	46,8
	DE DOS A TRES VECES	15	19,0	65,8
	TRES VECES O MÁS	27	34,2	100,0
	Total	79	100,0	
Perdidos	0	35		
Total		114		

3. ¿CON QUÉ FRECUENCIA VISITA LA PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO?

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	DIARIA	0	0	0
	SEMANAL	1	1,26	1,26
	MENSUAL	1	1,26	2,52
	EVENTUAL	77	97,48	100,0
	Total	79	100,0	
Perdidos	0	35		
Total		114		

4. ¿QUÉ TIEMPO PERMANECIÓ EN LA PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO?

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	DE UNA A 24 HORAS	67	84,8	84,8
	DE 24 A 48 HORAS	7	8,86	93,7
	DE 48 A 72 HORAS	3	3,78	97,5
	72 HORAS O MÁS	2	2,53	100,0
	Total	79	100,0	
Perdidos	0	35		
Total		114		

5. ¿POR QUÉ MOTIVO VISITÓ LA PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO?

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	VISITA	15	18,99	18,99
	ENTRETENIMIENTO	8	10,13	29,1
	TURISMO	55	69,62	98,7
	OTROS / NEGOCIOS	1	1,26	100,0
	Total	79	100,0	
Perdidos	0	35		
Total		114		

6. ¿QUÉ FUE LO QUE MÁS LE GUSTÓ EN SU VISITA A LA PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO?

	Respuestas	
	Nº	Porcentaje
PAISAJES	57	39,6%
LAGUNA	64	44,4%
RESTAURANTES	15	10,4%
HOTELES	8	5,6%
Total	144	100,0%

7.¿QUÉ PROBLEMAS ENCONTRÓ EN SU VISITA A LA PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO?

	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
FALTA DE TRANSPORTE	13	9,6%	16,5%
FALTA DE SEÑALIZACIÓN	46	33,8%	58,2%
FALTA DE CAJEROS AUTOMÁTICOS	20	14,7%	25,3%
POCA VARIEDAD DE RESTAURANTES	28	20,6%	35,4%
FALTA DE PROMOCIÓN	29	21,3%	36,7%
Total	136	100,0%	172,2%

8.¿A TRAVÉS DE QUÉ MEDIOS SE ENTERÓ DE LA EXISTENCIA DE LA PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO?

	Respuestas	
	Nº	Porcentaje
RADIO	2	1,8%
TELEVISIÓN	5	4,4%
REFERENCIAS FAMILIARES	47	41,2%
REFERENCIA DE AMIGOS	51	44,7%
PUBLICIDAD	5	4,4%
INTERNET	3	2,6%
OTROS	1	,9%
Total	114	100,0%

9. ¿LE GUSTARÍA VISITAR NUEVAMENTE LA PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SÍ	113	99,1	99,1	99,1
	NO	1	,9	,9	100,0
	Total	114	100,0	100,0	

10.¿POR QUÉ LE GUSTARÍA VISITAR NUEVAMENTE LA PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO?

		Respuestas	
		Nº	Porcentaje
	TRABAJO	1	,9%
	NEGOCIOS	2	1,8%
	VISITA	21	18,4%
	AMIGOS/FAMILIARES		
	CONOCER LA ZONA	90	78,9%
Total		114	100,0%

SECCION 3: PROPENSIÓN A SALIR DE TURISMO

1. ¿EN EL ÚLTIMO AÑO CUÁNTAS VECES SALIÓ DE TURISMO?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	DE UNA A DOS VECES	58	50,9	51,3	51,3
	DE DOS TRES A CUATRO VECES	40	35,1	35,4	86,7
	DE CINCO VECES Y MÁS	15	13,2	13,3	100,0
	Total	113	99,1	100,0	
Perdidos	0	1	,9		
Total		114	100,0		

2. ¿CUANDO VIAJA POR TURISMO CUÁNTO PERMANECE?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MENOS DE UN DÍA	30	26,3	26,5	26,5
	UNO DOS DÍAS	47	41,2	41,6	68,1
	DOS TRES DÍAS	13	11,4	11,5	79,6
	TRES CUATRO DÍAS	9	7,9	8,0	87,6
	CINCO Y MÁS DÍAS	14	12,3	12,4	100,0
	Total	113	99,1	100,0	
Perdidos	0	1	,9		
Total		114	100,0		

3. ¿QUÉ TIPO DE TURISMO PREFIERE?

	Respuestas	
	Nº	Porcentaje
TURISMO ECOLÓGICO	57	27,4%
TURISMO DEPORTIVO	22	10,6%
AGROTURISMO	3	1,4%
TURISMO DE AVENTURA	74	35,6%
TURISMO CULTURAL	47	22,6%
TURISMO INVESTIGATIVO	5	2,4%
Total	208	100,0%

4. ¿QUÉ ATRACTIVOS TURÍSTICOS LE GUSTAN?

	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
CASCADAS	92	17,8%	81,4%
RÍOS	70	13,6%	61,9%
LAGUNAS	84	16,3%	74,3%
VERTIENTES	55	10,7%	48,7%
PARQUE ECOLÓGICO	42	8,1%	37,2%
IGLESIA	33	6,4%	29,2%
COMIDAS	67	13,0%	59,3%
FIESTAS	72	14,0%	63,7%
CULTURALES			
OTROS /	1	,2%	,9%
ARQUITECTURA			
Total	516	100,0%	456,6%

5. ¿QUÉ FACTORES CONSIDERA USTED, PARA DECIDIR A DÓNDE SALIR DE TURISMO?

		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
	EL CLIMA	63	12,0%	56,3%
	EL COSTO DEL VIAJE	65	12,4%	58,0%
	EL ENTRETENIMIENTO	54	10,3%	48,2%
	LA ATENCIÓN Y EL TRATO DE LA GENTE	63	12,0%	56,3%
	LA COMIDA	50	9,5%	44,6%
	LA HIGIENE	33	6,3%	29,5%
	LA SEGURIDAD	58	11,0%	51,8%
	LAS FIESTAS	56	10,6%	50,0%
	LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS	84	16,0%	75,0%
Total		526	100,0%	469,6%

6. ¿CUÁNDO VIAJA POR TURISMO USTED VA?

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SOLO	9	8,0	8,0
	ACOMPañADO	104	92,0	100,0
	Total	113	100,0	
	Perdidos	1		
Total		114		

7. NÚMERO DE ACOMPAÑANTES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	UNO	1	,9	1,0	1,0
	DOS	43	37,7	41,3	42,3
	TRES	11	9,6	10,6	52,9
	CUATRO	19	16,7	18,3	71,2
	CINCO	13	11,4	12,5	83,7
	SEIS	3	2,6	2,9	86,5
	SIETE	2	1,8	1,9	88,5
	OCHO	8	7,0	7,7	96,2
	TRECE	2	1,8	1,9	98,1
	QUINCE	2	1,8	1,9	100,0
	Total	104	91,2	100,0	
Perdidos	0	10	8,8		
Total		114	100,0		

8. ¿CUÁNDO VIAJA POR TURISMO QUÉ TIPO DE TRANSPORTE UTILIZA?

	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
VEHÍCULO PARTICULAR	47	35,9%	42,0%
VEHÍCULO RENTADO	5	3,8%	4,5%
BUS	74	56,5%	66,1%
OTROS	5	3,8%	4,5%
Total	131	100,0%	117,0%

9. OTROS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	AVIÓN	5	4,4		4,4
	BICICLETA	108	94,7	95,6	100,0
	Total	113	99,1	100,0	
Perdidos	0	1	,9		
Total		114	100,0		

10. ¿QUÉ TIPO DE COMIDA PREFIERE?

	Respuestas	
	Nº	Porcentaje
COMIDA TÍPICA	89	45,9%
COMIDA RÁPIDA	20	10,3%
PARRILADAS	14	7,2%
MARISCOS	39	20,1%
FRITADA/HORNADO	31	16,0%
OTROS	1	,5%
Total	194	100,0%

11. ¿QUÉ TIPO DE ALOJAMIENTO PREFIERE?

	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
VIVIENDA PROPIA	7	3,6%	6,2%
VIVIENDA DE FAMILIARES Y AMIGOS	29	14,9%	25,7%
VIVIENDA DE ALQUILER	5	2,6%	4,4%
HOTELES	65	33,3%	57,5%
CAMPING	33	16,9%	29,2%
CABAÑAS	56	28,7%	49,6%
Total	195	100,0%	172,6%

SECCION 4: SITUACIÓN ECONÓMICA

1. CUANDO VIAJA POR TURISMO CUÁNTO GASTA POR DÍA EN: ALIMENTACIÓN, MOVILIZACIÓN, HOSPEDAJE, OTROS.

	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
MENOS DE 5 DÓLARES	18	5,3%	15,9%
DE 5 A 10 DÓLARES	27	8,0%	23,9%
DE 10 A 15 DÓLARES	46	13,6%	40,7%
DE 15 A 20 DÓLARES	64	18,9%	56,6%
DE 20 DÓLARES O MÁS	184	54,3%	162,8%
Total	339	100,0%	300,0%

2. ¿LA FORMA DE PAGO QUE USTED PREFERE HACER ES?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	EFFECTIVO	96	84,2	85,0	85,0
	TARJETA DE CRÉDITO	14		12,4	97,3
	CHEQUES	3	2,6	2,7	100,0
	Total	113	99,1	100,0	
Perdidos	0	1	,9		
Total		114	100,0		

ANEXO Nº 4
FINANCIEROS

CUADRO

Población Económicamente Activa [P.E.A] Ocupados Plenos
Provincia de Imbabura Área Urbana

Años:	P.E.A. Ocupados Plenos:
2.006	29.929
2.007	32.766
2.008	46.942
2.009	39.834
2.010*	48.341
2.011*	52.730

Fuente: INEC, Encuesta de Empleo, Desempleo y Subempleo
área Urbana y Rural, ENEMDU, a Diciembre de cada año

**** Datos Proyectados**

Elaborado por: Las Autoras

CUADRO

Entrada de Extranjeros
Provincia de Imbabura

Años:	Entrada de Extranjeros:
2.006	147
2.007	0
2.008	0
2.009	0
2.010	0
2.011	0

Fuente: Anuario de Entradas y Salidas Internacionales, INEC

Elaborado por: Las Autoras

CUADRO

Demanda

Años:	Demanda:
2.006	30.076
2.007	32.766
2.008	46.942
2.009	39.834
2.010	48.341
2.011	52.730

Fuente: Sumatoria de la P.E.A Ocupados Plenos mas la Entrada de Extranjeros

Elaborado por: Las Autoras

DEMANDA POTENCIAL PERIODO 2.006-2.011
NUMERO DE PERSONAS

X	Y	$X - \bar{X}$	$Y - \bar{Y}$			
AÑOS	Demanda	X	Y	X Y	X ²	Y ²
1	30.076	-2,5	-11.706	29263,75	6,25	137.018.730,25
2	32.766	-1,5	-9.016	13523,25	2,25	81.279.240,25
3	46.942	-0,5	5.161	-2580,25	0,25	26.630.760,25
4	39.834	0,5	-1.948	-973,75	0,25	3.792.756,25
5	48.341	1,5	6.560	9839,25	2,25	43.027.040,25
6	52.730	2,5	10.949	27371,25	6,25	119.869.652,25
21	250.689	0	0	76443,5	18	411.618.179,50

X [Media]	3,5
Y [Media]	41781,5

Fórmula para calcular el Coeficiente Angular "Y"

$$Y = \frac{\sum xy}{\sum x^2} * x$$

$$Y = \frac{76443,5}{18} * X$$



Y = 4368,2 * X

Cálculo de la Ecuación que Proyectará la Demanda Potencial

$$\begin{aligned}
 Y^* - 41781,5 &= 4368,2 \cdot X \\
 Y^* - 41781,5 &= 4368,2 (X - \bar{X}) \\
 Y^* - 41781,5 &= 4368,2 (X - 3,5)
 \end{aligned}$$

$Y^* = 4368,2x + 26492,8$

Proyección de la Demanda Potencial

$$Y^* = 4368,2x + 26492,8$$

$Y^*_{2011} =$	4368,2	7	26492,8	=	57.070
$Y^*_{2012} =$	4368,2	8	26492,8	=	61.438
$Y^*_{2013} =$	4368,2	9	26492,8	=	65.807
$Y^*_{2014} =$	4368,2	10	26492,8	=	70.175
$Y^*_{2015} =$	4368,2	11	26492,8	=	74.543

PROYECTO DE RUTA TURÍSTICA DE "LOS PAISAJES", SAN PABLO DE LAGO

DEPRECIACIONES

DEPRECIACIÓN = (V. ORIGINAL - V. RESIDUAL) /VIDA UTIL

BIEN A DEPRECIARSE:		MUEBLES Y ENSERES	
PORCENTAJE		10%	
COSTO:		1.355,60	
VALOR RESIDUAL:		135,56	
VIDA ÚTIL:		10	
AÑOS	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			1.355,60
1	122,00	122,00	1.233,60
2	122,00	244,01	1.111,59
3	122,00	366,01	989,59
4	122,00	488,02	867,58
5	122,00	610,02	745,58
6	122,00	732,02	623,58
7	122,00	854,03	501,57
8	122,00	976,03	379,57
9	122,00	1.098,04	257,56
10	122,00	1.220,04	135,56

DEPRECIACIÓN = (V. ORIGINAL - V. RESIDUAL) /VIDA UTIL

BIEN A DEPRECIARSE:		EQUIPOS DE OFICINA	
PORCENTAJE		10%	
COSTO:		99,60	
VALOR RESIDUAL:		9,96	
VIDA ÚTIL:		10	
AÑOS	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			99,60
1	8,96	8,96	90,64
2	8,96	17,93	81,67
3	8,96	26,89	72,71
4	8,96	35,86	63,74
5	8,96	44,82	54,78
6	8,96	53,78	45,82
7	8,96	62,75	36,85
8	8,96	71,71	27,89
9	8,96	80,68	18,92
10	8,96	89,64	9,96

PROYECTO DE RUTA TURÍSTICA DE "LOS PAISAJES", SAN PABLO DE LAGO

DEPRECIACIONES

DEPRECIACIÓN = (V.ORIGINAL - V. RESIDUAL) /VIDA UTIL

BIEN A DEPRECIARSE:		EQUIPO DE COMPUTACIÓN	
PORCENTAJE:		33%	
COSTO:		2.220,90	
VALOR RESIDUAL:		740,22597	
VIDA ÚTIL:		3	
AÑOS	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			2.220,90
1	493,56	493,56	1.727,34
2	493,56	987,12	1.233,78
3	493,56	1.480,67	740,23

<p align="center">CUADRO PROYECTO DE RUTA TURISTICA DE "LOS PAISAJES", SAN PABLO DE LAGO CLASIFICACION DE COSTOS AÑO 2012</p>			
RUBROS	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL
GASTOS DE READECUACION	0,00	1.270,00	1.270,00
MANO DE OBRA DIRECTA	0,00	0,00	0,00
MATERIALES DIRECTOS		600,00	600,00
MATERIALES INDIRECTOS		670,00	670,00
GASTOS DE VENTAS	2.263,56		2.263,56
			0,00
MANTENIMIENTO PAGINA WEB	380,00		380,00
ELABORACION PUBLICITARIA	600,00		600,00
ELABORACION DE MAPAS	260,00		260,00
ELABORACION DE GUIAS TURISTICAS	230,00		230,00
SERVICIOS BASICOS	300,00		300,00
DEPRECIACION	493,56		493,56
GASTOS ADMINISTRATIVOS	478,37		478,37
SERVICIOS BASICOS	200,00		200,00
UTILES DE OFICINA	147,40		147,40
DEPRECIACIONES	130,97		130,97
GASTOS FINANCIEROS			0,00
TOTALES	2.741,93	1.270,00	4.011,93
<p align="right"> Q = 571 CVU = 2,23 CFU = 4,80 CMU = 7,03 </p>			

<p align="center">CUADRO PROYECTO DE RUTA TURISTICA "LOS PAISAJES", SAN PABLO DEL LAGO CLASIFICACION DE COSTOS AÑO 2013</p>			
RUBROS	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL
GASTOS DE READECUACION	0,00	1.340,00	1.340,00
MANO DE OBRA DIRECTA	0,00	0,00	0,00
MATERIALES DIRECTOS		690,00	690,00
MATERIALES INDIRECTOS		650,00	650,00
GASTOS DE VENTAS	2.203,56		2.203,56
PAGINA WEB	0,00		0,00
MANTENIMIENTO PAGINA WEB	50,00		50,00
ELABORACION PUBLICITARIA	600,00		600,00
ELABORACION DE MAPAS	260,00		260,00
ELABORACION DE GUIAS TURISTICAS	500,00		500,00
SERVICIOS BASICOS	300,00		300,00
DEPRECIACION	493,56		493,56
GASTOS ADMINISTRATIVOS	478,37		478,37
SERVICIOS BASICOS	200,00		200,00
UTILES DE OFICINA	147,40		147,40
DEPRECIACIONES	130,97		130,97
GASTOS FINANCIEROS			0,00
TOTALES	2.681,93	1.340,00	4.021,93
<p align="center"> Q = 614 CVU = 2,18 CFU = 4,37 CMU = 6,55 </p>			

<p align="center">CUADRO PROYECTO DE RUTA TURISTICA "LOS PAISAJES", SAN PABLO DEL LAGO CLASIFICACION DE COSTOS AÑO 2014</p>			
RUBROS	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL
GASTOS DE READECUACION	0,00	1.380,20	1.380,20
MANO DE OBRA DIRECTA	0,00	0,00	0,00
MATERIALES DIRECTOS		710,70	710,70
MATERIALES INDIRECTOS		669,50	669,50
GASTOS DE VENTAS	2.203,56		2.203,56
PAGINA WEB	0,00		0,00
MANTENIMIENTO PAGINA WEB	50,00		50,00
ELABORACION PUBLICITARIA	600,00		600,00
ELABORACION DE MAPAS	260,00		260,00
ELABORACION DE GUIAS TURISTICAS	500,00		500,00
SERVICIOS BASICOS	300,00		300,00
DEPRECIACION	493,56		493,56
GASTOS ADMINISTRATIVOS	478,37		478,37
SERVICIOS BASICOS	200,00		200,00
UTILES DE OFICINA	147,40		147,40
DEPRECIACIONES	130,97		130,97
GASTOS FINANCIEROS			0,00
TOTALES	2.681,93	1.380,20	4.062,13
<p align="right"> Q = 658 CVU = 2,10 CFU = 4,08 CMU = 6,17 </p>			

<p align="center">CUADRO PROYECTO DE RUTA TURISTICA "LOS PAISAJES", SAN PABLO DEL LAGO CLASIFICACION DE COSTOS AÑO 2015</p>			
RUBROS	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL
GASTOS DE READECUACION	0,00	1.421,61	1.421,61
MANO DE OBRA DIRECTA	0,00	0,00	0,00
MATERIALES DIRECTOS		732,02	732,02
MATERIALES INDIRECTOS		689,59	689,59
GASTOS DE VENTAS	2.203,56		2.203,56
PAGINA WEB	0,00		0,00
MANTENIMIENTO PAGINA WEB	50,00		50,00
ELABORACION PUBLICITARIA	600,00		600,00
ELABORACION DE MAPAS	260,00		260,00
ELABORACION DE GUIAS TURISTICAS	500,00		500,00
SERVICIOS BASICOS	300,00		300,00
DEPRECIACION	493,56		493,56
GASTOS ADMINISTRATIVOS	478,37		478,37
SERVICIOS BASICOS	200,00		200,00
UTILES DE OFICINA	147,40		147,40
DEPRECIACIONES	130,97		130,97
GASTOS FINANCIEROS			0,00
TOTALES	2.681,93	1.421,61	4.103,53
<p align="center"> Q = 702 CVU = 2,03 CFU = 3,82 CMU = 5,85 </p>			

<p align="center">CUADRO PROYECTO DE RUTA TURISTICA "LOS PAISAJES", SAN PABLO DEL LAGO CLASIFICACION DE COSTOS AÑO 2016</p>			
RUBROS	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL
GASTOS DE READECUACION	0,00	1.464,25	1.464,25
MANO DE OBRA DIRECTA	0,00	0,00	0,00
MATERIALES DIRECTOS		753,98	753,98
MATERIALES INDIRECTOS		710,27	710,27
GASTOS DE VENTAS	2.203,56		2.203,56
PAGINA WEB	0,00		0,00
MANTENIMIENTO PAGINA WEB	50,00		50,00
ELABORACION PUBLICITARIA	600,00		600,00
ELABORACION DE MAPAS	260,00		260,00
ELABORACION DE GUIAS TURISTICAS	500,00		500,00
SERVICIOS BASICOS	300,00		300,00
DEPRECIACION	493,56		493,56
GASTOS ADMINISTRATIVOS	478,37		478,37
SERVICIOS BASICOS	200,00		200,00
UTILES DE OFICINA	147,40		147,40
DEPRECIACIONES	130,97		130,97
GASTOS FINANCIEROS			0,00
TOTALES	2.681,93	1.464,25	4.146,18
<p align="center"> Q = 745 CVU = 1,96 CFU = 3,60 CMU = 5,56 </p>			

**PROYECTO DE RUTA TURISTICA DE "LOS PAISAJES", SAN PABLO DE LAGO
CAPITAL DE TRABAJO**

AÑO 2012					
	Caja	Ctas X Cobrar	Artículos Terminados	Producción en Proceso	Materia Prima
Costo de Producción	1.270,00	1.270,00	1.270,00	0,00	
Gasto de Ventas	2.263,56	2.263,56	2.263,56	0,00	
Gastos Administrativos	478,37	478,37	478,37	0,00	
Gastos Financieros	0,00	0,00	0,00		
(-) Costos Imputados	624,53	624,53	624,53		
(-) Materia Prima	0,00				
(=) ANUAL	3.387,40	3.387,40	3.387,40	0,00	0,00
(=) MENSUAL		282,28	282,28	0,00	
TOTAL	282,28	564,57	564,57	0,00	0,00
FACTOR	1 AÑO	2 MESES	2 MESES	15 DÍAS	1 MES

**PROYECTO DE RUTA TURISTICA DE "LOS PAISAJES", SAN PABLO DE LAGO
CAPITAL DE TRABAJO**

AÑO 2013					
	Caja	Ctas X Cobrar	Artículos Terminados	Producción en Proceso	Materia Prima
Costo de Producción	1.340,00	1.340,00	1.340,00	0,00	
Gasto de Ventas	2.203,56	2.203,56	2.203,56	0,00	
Gastos Administrativos	478,37	478,37	478,37	0,00	
Gastos Financieros	0,00	0,00	0,00		
(-) Costos Imputados	624,53	624,53	624,53		
(-) Materia Prima	0,00				
(=) ANUAL	3.397,40	3.397,40	3.397,40	0,00	0,00
(=) MENSUAL		283,12	283,12	0,00	
TOTAL	283,12	566,23	566,23	0,00	0,00
FACTOR	1 AÑO	2 MESES	2 MESES	15 DÍAS	1 MES

**PROYECTO DE RUTA TURISTICA DE "LOS PAISAJES", SAN PABLO DE LAGO
CAPITAL DE TRABAJO**

AÑO 2014					
	Caja	Ctas X Cobrar	Artículos Terminados	Producción en Proceso	Materia Prima
Costo de Producción	1.380,20	1.380,20	1.380,20	0,00	
Gasto de Ventas	2.203,56	2.203,56	2.203,56	0,00	
Gastos Administrativos	478,37	478,37	478,37	0,00	
Gastos Financieros	0,00	0,00	0,00		
(-) Costos Imputados	624,53	624,53	624,53		
(-) Materia Prima	0,00				
(=) ANUAL	3.437,60	3.437,60	3.437,60	0,00	0,00
(=) MENSUAL		286,47	286,47	0,00	
TOTAL	286,47	572,93	572,93	0,00	0,00
FACTOR	1 AÑO	2 MESES	2 MESES	15 DÍAS	1 MES

**PROYECTO DE RUTA TURISTICA DE "LOS PAISAJES", SAN PABLO DE LAGO
CAPITAL DE TRABAJO**

AÑO 2015					
	Caja	Ctas X Cobrar	Artículos Terminados	Producción en Proceso	Materia Prima
Costo de Producción	1.421,61	1.421,61	1.421,61	0,00	
Gasto de Ventas	2.203,56	2.203,56	2.203,56	0,00	
Gastos Administrativos	478,37	478,37	478,37	0,00	
Gastos Financieros	0,00	0,00	0,00		
(-) Costos Imputados	624,53	624,53	624,53		
(-) Materia Prima	0,00				
(=) ANUAL	3.479,01	3.479,01	3.479,01	0,00	0,00
(=) MENSUAL		289,92	289,92	0,00	
TOTAL	289,92	579,83	579,83	0,00	0,00
FACTOR	1 AÑO	2 MESES	2 MESES	15 DÍAS	1 MES

**PROYECTO DE RUTA TURISTICA DE "LOS PAISAJES", SAN PABLO DE LAGO
CAPITAL DE TRABAJO**

AÑO 2016					
	Caja	Ctas X Cobrar	Artículos Terminados	Producción en Proceso	Materia Prima
Costo de Producción	1.464,25	1.464,25	1.464,25	0,00	
Gasto de Ventas	2.203,56	2.203,56	2.203,56	0,00	
Gastos Administrativos	478,37	478,37	478,37	0,00	
Gastos Financieros	0,00	0,00	0,00		
(-) Costos Imputados	624,53	624,53	624,53		
(-) Materia Prima	0,00				
(=) ANUAL	3.521,65	3.521,65	3.521,65	0,00	0,00
(=) MENSUAL		293,47	293,47	0,00	
TOTAL	293,47	586,94	586,94	0,00	0,00
FACTOR	1 AÑO	2 MESES	2 MESES	15 DÍAS	1 MES

ACTIVO CIRCULANTE						
AÑOS	Caja/Bancos	Ctas por Cobrar	Artículos Terminados	Producción en Proceso	Materia Prima	TOTAL
2.012	3.387,40	3.387,40	3.387,40	0,00	0,00	10.162,20
2.013	3.397,40	3.437,60	3.397,40	0,00	0,00	10.232,40
2.014	3.437,60	3.437,60	3.437,60	0,00	0,00	10.312,80
2.015	3.479,01	3.479,01	3.479,01	0,00	0,00	10.437,02
2.016	3.521,65	3.521,65	3.521,65	0,00	0,00	10.564,96

FORMULA PARA EL CALCULO DEL PASIVO CORRIENTE:

$$PASIVO CTE = \frac{TOTAL ACTIVO CTE}{1,5}$$

FORMULA PARA EL CALCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO:

Capital de Trabajo Neto = Activo Circulante - Pasivo Corriente

Años	Pasivo Corriente	Capital de Trabajo Neto
2.012	6.774,80	3.387,40
2.013	6.821,60	3.410,80
2.014	6.875,20	3.437,60
2.015	6.958,01	3.479,01
2.016	7.043,31	3.521,65

EVOLUCIÓN DEL ACTIVO CIRCULANTE				
Años:	Activo Circulante	Δ Activo Circulante	Capital de Trabajo Neto	Δ Capital de Trabajo Neto
2.012	10.162,20		3.387,40	
2.013	10.232,40	70,20	3.410,80	23,40
2.014	10.312,80	80,40	3.437,60	26,80
2.015	10.437,02	124,22	3.479,01	41,41
2.016	10.564,96	127,94	3.521,65	42,65

PROYECTO DE RUTA TURISTICA DE "LOS PAISAJES", SAN PABLO DE LAGO

PRESUPUESTO DE INGRESOS

AÑO 2012

Rubros	Tiempo Meses	Cantidad	Precio Unitario	Ingreso Mensual Total	Ingreso Anual Total
Comisión por Servicio de Guías Turísticos	12	2	1,00	2,00	24,00
Venta de Mapas	12	571	0,40	228,28	2.739,37
Comisión por venta de paquete 1	12	90	9,90	891,00	10.692,00
Comisión por venta de paquete 2	12	110	1,43	157,30	1.887,60
Comisión por venta de paquete 3	12	130	0,66	85,80	1.029,60
Comisión por venta de paquete 4	12	200	0,77	154,00	1.848,00
Ingresos Totales			14,16	1.121,28	13.455,37

PRESUPUESTO DE INGRESOS
AÑO 2013 EN ADELANTE

Rubros	Tiempo Meses	Cantidad	Precio Unitario	Ingreso Mensual Total	Ingreso Anual Total
Comisión por Servicio de Guías Turísticos	12	2	1,00	2,00	24,00
Venta de Mapas	12	614	0,40	245,75	2.949,04
Comisión por venta de paquete 1	12	90	4,50	405,00	4.860,00
Comisión por venta de paquete 2	12	110	0,65	71,50	858,00
Comisión por venta de paquete 3	12	130	0,30	39,00	468,00
Comisión por venta de paquete 4	12	200	0,35	70,00	840,00
Ingresos Totales			7,20	652,75	7.833,04

<p align="center">CUADRO PROYECTO DE RUTA TURISTICA DE "LOS PAISAJES", SAN PABLO DE LAGO FUENTES Y USOS</p>						
FUENTES	0	1	2	3	4	5
Ventas	0,00	8.081,14	4.423,56	4.738,08	5.052,59	5.367,10
Capital	3823,5	-				
Préstamo	0,00	0,00				
Saldo Año Anterior	0,00	147,40	1.453,74	2.479,91	3.753,58	5.285,75
TOTAL FUENTES	3823,50	8.228,54	5.877,31	7.217,98	8.806,17	10.652,85
USOS						
Activo Fijo	3676,1	-	0,00	0,00	0,00	0,00
Capital de Trabajo Neto	0,00	3.387,40	-	26,80	41,41	42,65
Costo de Producción	0,00	1.270,00	1.340,00	1.380,20	1.421,61	1.464,25
Gasto de Ventas	0,00	2.263,56	2.203,56	2.203,56	2.203,56	2.203,56
Gastos Administrativo	0,00	478,37	478,37	478,37	478,37	478,37
Gasto Financiero	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) COSTOS IMPUTADOS	0,00	624,53	624,53	624,53	624,53	624,53
TOTAL USOS	3676,1	6.774,80	3.397,40	3.464,40	3.520,41	3.564,30
FUENTES – USOS	147,40	1.453,74	2.479,91	3.753,58	5.285,75	7.088,55
(-) Servicio de la Deuda	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Dividendo			0,00	0,00	0,00	0,00
SALDO	147,40	1.453,74	2.479,91	3.753,58	5.285,75	7.088,55

FLUJO DE INGRESOS		8.228,54	5.877,31	7.217,98	8.806,17	10.652,85
FLUJO DE EGRESOS	3.676,10	6.774,80	3.397,40	3.464,40	3.520,41	3.564,30
FLUJO NETO	(3.676,10)	1.453,74	2.479,91	3.753,58	5.285,75	7.088,55

FLUJO DE INVERSION	(3.676,10)	(3.387,40)	-	26,80	41,41	42,65
FLUJO DE OPERACIÓN	-	4.693,74	1.026,16	1.300,48	1.573,58	1.845,44
FLUJO NETO	(3.676,10)	1.306,34	1.026,16	1.327,28	1.614,99	1.888,09

<p align="center">PROYECTO DE RUTA TURISTICA DE "LOS PAISAJES", SAN PABLO DE LAGO CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO</p>					
RUBROS	2.012	2.013	2.014	2.015	2.016
Ingreso	8.081,14	4.423,56	4.738,08	5.052,59	5.367,10
Costo Fijo	2.741,93	2.681,93	2.681,93	2.681,93	2.681,93
Costo Variable Unitario	2,23	2,18	2,10	2,03	1,96
Precio	14,16	7,20	7,20	7,20	7,20
Cantidad	571	614	658	702	745
Costo Total	4.011,93	4.021,93	4.062,13	4.103,53	4.146,18

FORMULAS PARA EL CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Volumen Físico de Producción [Q_e]

$$Q_e = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

Volumen de Ventas [Y_e]

$$Y_e = \left(\frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables Unitarios}}{\text{Precio}}} \right)$$

Capacidad Utilizada [U_e]

$$Ue = \frac{F}{Y - CQ}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO

	2.012	2.013	2.014	2.015	2.016
Q_e	229,74	534,36	525,60	518,33	512,24
Y_e	3.253,18	3.847,39	3.784,29	3.731,96	3.688,12
U_e	0,40	0,87	0,80	0,74	0,69

PRECIO DE EQUILIBRIO Y MARGEN DE GANANCIA

Formula del Precio de Equilibrio [P_e]

$$Pe = cm$$

$$cm = \frac{CT}{Q}$$

Formula del Margen de Ganancia [Mg]

$$Mg = PM - Pe$$

RUBROS	2.012	2.013	2.014	2.015	2.016
P_e	7,03	6,55	6,17	5,85	5,56
Mg	7,13	0,65	1,03	1,35	1,64

BIBLIOGRAFIA

- Perfil de Factibilidad MUÑOZ Mario, , Primera Ed. Pg. 148
- Preparación y Evaluación de Proyectos, NASSIR SAPAG CHAIN Y REINADO SAPAG CHAIN, Cuarta Edición, Editorial McGraw Hill Interamericana.
- Proyectos Turísticos Formulación y Evaluación, HERNÁNDEZ DÍAZ Edgar Alfonso, Segunda Edición, Editorial Trillas.
- Proyectos Turísticos Localización e Inversión, CÁRDENAS TABARES Fabio, Primera Edición, Editorial Trillas.
- Marketing Turístico, SERRA Antoni, Primera Edición, Edición Pirámide.
- MARTINEZ HIDALGO Mauricio, diseño y diagramación Dikapsa, Ediciones 2007.
- STANTON, J. William, ETZEL, Michael, WALKER, Bruce; Fundamentos de Marketing; Mac Graw Hill, Interamericana Editores S.A13ª: Edición, México D.F. 2004. Pág. 172.
- GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE UN TERRITORIO, BLANCO Marvin, IICA; pp. 37
- ROSALES, Ramón; La Formulación y Evaluación de Proyectos; 1ra Ed.; 2007 pg. 14.
- MENESES ALVAREZ, Edilberto, “Preparación y Evaluación de Proyectos”, tercera edición, impreso en Quito. Ecuador, 2001
- SEGLIN, Jeffrey, CURSO DE MERCADOTECNIA 36 HORAS, Primera edición, Mc.Graw-Hill, Pg. 191-94.
- INEC CPV (2001, 2010)
- Revista San Pablo del Lago 146 años de Parroquialización, MARTINEZ Edison, 2007, pág. 14-15.
- ISPED “A.P.G”, Listado de Atractivos Turísticos, San Pablo – Otavalo – Imbabura.
- La Comisión de Legislación y Codificación 17, Registro Oficial Suplemento 418 del 10 de Septiembre del 2004. H. Congreso Nacional.
- Ley De Patrimonio Cultural N° 3501.

- MINTUR Dirección de Planificación Sectorial y Seguridad Turística, Anuarios de Migración Internacional - INEC (2007-2009-2010)
- MINTUR Estudio de Marca y Hábitos del Turista no residente en el Ecuador julio 2010
- Junta Parroquial San Pablo del Lago.
- MINTUR, Archivo Organización Mundial del Turismo, 2010.
- Casa del Turista, MUNICIPIO DE OTAVALO.
- Población Urbana de Quito censo 2001
- Estimaciones del Ministerio de Turismo. Sondeo 2010
- MINTUR, Barómetro Turístico, Ecuador 2010

PÁGINAS WEB

- [http://: www.otavalo.gov.ec](http://www.otavalo.gov.ec)
- <http://www.pnud.org.ec/odm/planes/plandetur.pdf>
- <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/Empresarios/foda.htm>
- www.hosteriapuertolago.com
- www.cetur.com
- www.inec.gov.ec
- www.haciendacusin.com
- www.cabañasdellago.com
- <http://www.puertolago.com>
- www.imbaburaturismo.gov.ec